

Canada, Dept of Consumer and Corporate  
Affairs

[General publications]

LG-177

CA1 RG

-75P62

3 1761 11709430 0

---

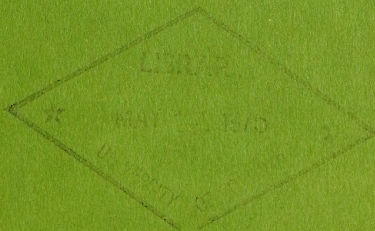
# Price Effects

---

## Removal of Federal Sales Tax on Clothing and Footwear

---

PRICES GROUP



Dept. of  
Consumer and  
Corporate Affairs

Consommation et  
Corporations





---


# Price Effects

---

## Removal of Federal Sales Tax on Clothing and Footwear

---

PRICES GROUP



Digitized by the Internet Archive  
in 2023 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117094300>



# TABLE OF CONTENTS

	<u>Page No.</u>
Introduction .....	1
Manner in Which Federal Sales Tax Applied .....	1
The Consumer and Corporate Affairs Mandate .....	2
Nature of Study .....	2
Industry Structure and Cost Environment .....	4
Industry Structure .....	4
Cost Environment .....	5
Material Costs .....	5
Labour Costs .....	6
Field Survey .....	8
Retail Survey Results .....	13
Survey Response .....	13
General Pricing Practices .....	13
Factors Influencing Price Response to Sales Tax Removal .....	17
Quantitative Results .....	20
Manufacturer/Importer Survey Results .....	23
Survey Response .....	23
General Pricing Practices .....	23
Supply Price Increases Reported by Retailers ...	26
General Pricing Actions After July 16th .....	28
Assessment of Survey Results .....	30

TABLE OF CONTENTS (cond't)

	<u>Page No.</u>
Consumer Price Index .....	33
Price Changes in Tax-affected Clothing and Footwear .....	33
The Retail Survey and the CPI .....	37
Summary and Conclusions .....	39
Acknowledgements .....	41

LIST OF TABLES

<u>Table No.</u>	<u>Title</u>	<u>Page</u>
1	Average Percentage Change in Retail Costs, Profits and Prices by Major Category	21
2	Distribution of Price Reductions by Month	22
3	Contribution to Change in Retail Price	30
4	Comparison of CPI for Tax-affected Items with Other Relevant Indexes	34
5	Consumer Price Indexes for Clothing Items Affected by Tax Removal	36

APPENDICES

<u>Appendix No.</u>	<u>Title</u>	<u>Page</u>
I	The Cost Structure for Selected Clothing and Footwear Manufacturers and Retailers	42
II	Recent Changes in Selected Industry Prices and Estimated Unit Labour Costs	46
III	List of Clothing and Footwear Survey Items	51



## SUMMARY OF MAJOR CONCLUSIONS

The major conclusion emerging from the Department's study described in this report is that Canadian consumers received substantial benefits from the removal of Federal sales tax on clothing and footwear which took effect on July 16, 1974.

The study involved an examination of recent cost increases affecting clothing and footwear prices, a field survey of selected retailers, manufacturers and importers, and an analysis of the Consumer Price Index.

The retail field survey, which measured the initial pricing response by retailers on tax-free clothing and footwear, indicated that retail prices for such merchandise were reduced on average by 5.2 per cent. The full effects of tax removal were partially offset by the higher prices which retailers had to pay for their clothing and footwear merchandise and by the continuing presence of inventories on which tax had been paid.

The analysis of the Consumer Price Index, which included both tax-free and tax-paid merchandise, revealed that by the fourth quarter of 1974 a marked improvement had taken place in the price performance of tax-affected clothing and footwear items. This improvement was demonstrated by the fact that the quarterly rate of price increase for these items in the fourth quarter of 1974 was only half that recorded during the same period in 1973.

In general, consumers benefitted by paying lower prices than they would have paid had the sales tax not been removed. Price reductions occurred on a number of clothing and footwear items and many price increases which would otherwise have been inevitable were avoided.

## INTRODUCTION

### PRICE EFFECTS: REMOVAL OF FEDERAL SALES TAX ON CLOTHING AND FOOTWEAR

---

In his budget speech of May 6, 1974, the Minister of Finance, the Honourable John N. Turner, announced the government's intention to remove the 12 per cent Federal Sales Tax on clothing and footwear. A general election was called, however, before this tax change measure could be implemented. Following its re-election, the government reiterated its intention to implement this budgetary proposal. The Minister of Finance subsequently announced that Federal Sales Tax on clothing and footwear would be removed as of July 16, 1974.

The tax removal applied to all adult clothing and footwear, including both imported and domestically manufactured products and to materials for clothing made at home. Since sales tax on children's clothing and footwear had been eliminated in February, 1973, the July 16 action had the effect of removing the 12 per cent Federal Sales Tax on all clothing and footwear sold in Canada.

The budget speech of May 6 pointed out that the tax change measure affecting clothing and footwear was consistent with other measures implemented by the government as part of its anti-inflation strategy "to dampen down the prices of particular products where this is feasible." The Minister of Finance explained that the tax removal was important since clothing and footwear purchases account for a significant proportion of the budgets of most Canadian families. He added that the tax change would affect about \$5 billion in annual family expenditures and that "it will save consumers directly \$280 million in taxes this year."

#### Manner in Which Federal Sales Tax Applied

The federal sales tax was levied at the manufacturer or importer level. The tax was payable by importers on the duty-paid value of clothing or footwear merchandise landed in Canada. At the manufacturing level, the tax was payable on the manufacturer's selling price less cash discounts and other allowances of this nature. The tax was remitted to the Receiver General by the manufacturer or importer by the end of the month following that in which the clothing or footwear was sold, or by the importer at the time duty was paid on the imported merchandise. In general, the cost of the tax was transmitted by the manufacturer or importer to the wholesaler

or retailer to whom the merchandise was sold. The cost to the retailer, in turn, was passed on to consumers in the retail selling prices for clothing and footwear.

For clothing manufacturers, the 12 per cent tax was levied on the manufacturer's selling price on sales to wholesalers. On direct sales of regular lines of clothing to retailers, the regular selling price for tax purposes could be reduced by 10 per cent in determining the tax payable. The effective rate of tax on the manufacturer's regular selling price in these circumstances was therefore 10.8 per cent.

#### The Consumer and Corporate Affairs Mandate

In his budget speech, the Minister of Finance expressed the government's expectation that the tax savings resulting from the removal of sales tax on clothing and footwear would be passed on to consumers in the form of lower prices for clothing and footwear products. While expressing confidence that this objective would be generally supported by the business community affected, he stated that the Minister of Consumer and Corporate Affairs would be asked to monitor clothing and footwear prices and to report to him on the monitoring results. The Minister of Consumer and Corporate Affairs undertook this task having in mind the potential benefits which Canadian consumers might derive from this significant tax change.

The nature of the subsequent study undertaken by Consumer and Corporate Affairs is briefly described below. The timing of the study was influenced by the knowledge that there would be an inevitable time-lag before the full impact of the tax change would be realized. There were, for example, tax-paid inventories of clothing and footwear on hand at the time the tax was removed. Earlier experience acquired by the department in assessing the effects of the 1973 tariff reductions and sales tax changes, had clearly indicated that selling prices generally do not immediately respond to changes of this nature. It was therefore decided that the field survey work to be undertaken as part of the study, should await the liquidation of tax-paid stock on hand as of July 16 and its replacement by tax-free stock. For these reasons, survey work did not commence until the late fall of 1974.

#### Nature of the Study

The study involved an examination and analysis of industry structure and cost environment, a field survey conducted at the retail, manufacturing and importing levels and an analysis of the Consumer Price Index.



The industry structure and cost environment part of the study was undertaken in order to identify any significant cost pressures which might have a bearing on the industry's pricing response to sales tax removal. It involved an examination of industry selling prices and labour costs in recognition of the fact that the response throughout the pricing chain would be influenced by the prices paid by manufacturers for their material and labour inputs.

The field survey was an indispensable part of the study methodology, an undertaking implicit in the study mandate assigned the department. Its principal objective was to determine the selling price response of individual business enterprises at various levels in the production and distribution chain, and to assess the extent to which cost savings resulting from sales tax removal were passed on to consumers. It was important that, in addition to this basic objective, information be obtained to explain why selling prices responded as they did. For this purpose, data were required on tax-paid inventories, increases in supply prices and other cost considerations affecting the selling price response of individual suppliers. It was recognized that the field survey had to be conducted on a sample basis in view of the large number of business enterprises engaged in the production and distribution of clothing and footwear in Canada.

The analysis of the Consumer Price Index was undertaken to provide a broader indication of pricing response to sales tax removal than that provided by the field survey itself. This analysis focused on price movements relating specifically to those components of the index directly affected by the tax removal. Another aspect of this part of the study had to do with relating price movements in the Consumer Price Index with the pricing response as revealed by the field survey.

The study results are presented in the same order as indicated above, namely: Industry Structure and Cost Environment; Field Survey and the Analysis of the Consumer Price Index. This material is followed by the study conclusions.

Industry Structure

Consumer expenditures and employment levels provide convenient measures for assessing the significance of the clothing and footwear trade in Canada. Statistics Canada reports that Canadian consumers spent approximately \$5.7 billion on clothing and footwear products in 1973. This represented 8.2 per cent of total consumer expenditures. As of May, 1974, about 410 thousand Canadians were employed in textile, clothing and footwear manufacturing and in clothing and footwear retailing. This represented about 4.5 per cent of total employment in Canada. Of total retail sales, 80.1 per cent represented the output of domestic manufacturers while the remaining 19.9 per cent was accounted for by imported clothing and footwear products. Clothing sales alone totalled \$4.8 billion and footwear sales \$900 million. Imports represented 18.3 per cent of clothing and 28.7 per cent of footwear sales.

Clothing and footwear manufacturing involves a large number of individual firms. The average size of firm is small with the great majority employing fewer than 50 employees. In footwear, as contrasted with clothing, a number of the larger firms have extensive importing, wholesaling and retail operations. The role of the independent wholesaler is not significant in either clothing or footwear. Manufacturing operations are characterized by product specialization. This is especially true of clothing manufacture with some firms specializing in men's clothing and others in ladies' clothing. Within each category, individual firms may specialize in the manufacture of particular kinds of clothing garments. Specialization is also a feature of footwear manufacture with some firms, for example, specializing in the production of casual footwear.

The most recent census data indicates approximately 2500 clothing manufacturing establishments, 200 footwear manufacturing establishments and 23,000 clothing and footwear retailing establishments. Total clothing and footwear manufacturing sales in 1973 were \$2.3 billion. Of this dollar value, 86 per cent represented sales by clothing manufacturers and 14 per cent sales by footwear manufacturers.

At the retail level, sales by men's and ladies' specialty stores accounted for approximately one-third of total sales in 1973. Their share of the market was overshadowed by that of department and family type stores which accounted for the remaining two thirds. Department stores, whose clothing

and footwear sales in 1973 accounted for 36 per cent of total clothing and footwear sales, exercise a dominant role in the market.

### Cost Environment

Increasing costs have been a major factor affecting the supply of clothing and footwear products over the past few years. Material costs have risen sharply since the last half of 1972 and labour costs since the middle of 1973. The impact of rising costs on prices differs among manufacturers and between manufacturers and retailers reflecting the differences in their respective cost structures. These differences in cost structure are shown in Appendix I. The 1972 census data indicate that at the manufacturing level, material costs represent from 50 to 60 per cent of sales value and labour costs from 20 to 25 per cent. At the retail level, the cost of merchandise accounts for approximately 60 per cent of the value of retail sales. Labour costs vary between 10 to 20 per cent. The brief review that follows provides some indication of the cost pressures being experienced by the industry during 1974.

### Material Costs

Synthetics are the most important materials used in clothing manufacture.<sup>1</sup> Prices of synthetic fibres, reflecting the higher costs of petroleum derivatives, rose sharply over the period since early 1973. The year-over-year rate of increase in synthetic textile prices advanced from 1.5 per cent in the first quarter of 1973 to 17.2 per cent in the third quarter of 1974. Cotton, the second most important material used in clothing manufacture, also experienced substantial price increases over the same period. Prices weakened somewhat in the third quarter of 1974, but the year-over-year increase in the prices of cotton mill products was still 32.1 per cent. Raw wool was the only major material whose price actually declined, and this decline was also reflected in the prices paid for yarn mill products. The prices of wool cloth, however, continued to rise throughout the period although at a reduced rate. These increased material prices were reflected in higher prices for clothing products at both manufacturing and retail levels. The year-over-year rate of

---

<sup>1</sup>Recent price increases for synthetic textiles and other materials are shown in Appendix II.



increase for men's clothing at the manufacturing level, for example, rose steadily from 4.6 per cent in the first quarter of 1973 to 19.2 per cent in the third quarter of 1974. At the retail level, the year-over-year rate of increase for men's clothing rose from 2.8 per cent to 10.2 per cent over the same period.

Raw materials used by tanneries in manufacturing leather products declined significantly in price throughout 1974. Leather prices, however, continued to increase during the year despite the decline in raw material prices. The year-over-year change in leather prices in the third quarter of 1974 was 4.6 per cent. Notwithstanding the decline in raw material prices and the modest increase which occurred in leather products, footwear prices at the manufacturing level increased sharply throughout the year with a 13.3 per cent year-over-year increase in the third quarter. At the retail level, footwear prices, reflecting increases at the manufacturing level, rose steadily during 1974. The year-over-year increase in the third quarter was 7.9 per cent.

### Labour Costs

The clothing and footwear industries, in addition to rising material costs, have also experienced rising labour costs over the past year or more. Rising labour costs in 1974 resulted from increases in wage rates provided by collective agreement, and from increases provided under provincial minimum wage legislation. Major two-year agreements in men's clothing and footwear concluded during the year provided base rate increases of about 17 per cent in the first year and from 15 to 16 per cent in the second year. Minimum wages also moved up sharply with average annual increases in 1974 of 18.1 per cent in Quebec, 15.1 per cent in Ontario and 13.4 per cent in Manitoba.

Estimates of unit labour costs in clothing and footwear are shown in Appendix II. These estimates indicate that unit labour costs in both clothing and footwear manufacture have increased steadily over the period since the first quarter of 1973. In clothing manufacturing, the year-over-year increase is estimated as having risen from 5.7 per cent in the first quarter of 1973 to 12.6 per cent in the third quarter of 1974. Although unit labour costs in footwear manufacturing, excluding rubber footwear, have not increased as steadily as have unit labour costs in clothing manufacturing, they have nevertheless risen sharply over the same period. In the third quarter of 1974, unit labour costs rose an estimated 8.5 per cent from the third quarter of 1973.

Unit labour costs at the retail level are also estimated as having risen sharply over the same period. In apparel and shoe stores, for example, unit labour costs are estimated as having increased at the year-over-year rate of 10.2 per cent in the third quarter of 1974.

## FIELD SURVEY

The field survey involved 162 retailers, manufacturers and importers. Each firm was asked to provide data bearing on its selling prices before and after July 16. Questionnaires were used for this purpose and interviews were conducted with senior officials of each participating firm. Survey work was heavily concentrated on the retail side where the sales tax change was expected to have the most noticeable price impact. The retail sample included 113 firms. The manufacturer and importer samples were considerably smaller in size, with 33 firms selected for inclusion in the manufacturing sample and 16 in the importer sample. Both samples were developed in the main from information reported by retailers on supply price increases experienced between the date of last purchase prior to July 16 and the date of first purchase after July 16.

The retail sample was designed to be representative of the retail clothing and footwear trade in Canada with respect to size of firm, trade specialization and geographical coverage. Both small and medium-sized clothing and footwear retailers as well as the large department stores and national chains were represented. An appropriate mix of men's wear retailers, ladies' wear retailers and footwear retailers were selected to reflect specialization within the retail trade. To provide geographical coverage, a representative number of retail firms located in the major urban centers of Halifax, Montreal, Toronto, Winnipeg, Regina, Edmonton and Vancouver were included.

The retail sample included most major department stores in Canada as well as most of the larger clothing and footwear chains. Many of these organizations operate retail outlets throughout Canada. Of the 113 firms included in the sample, 38 or some 33 per cent of the total, were either department stores or national or regional clothing or footwear chains. In 1973, the combined sales of these large retailers accounted for approximately 34 per cent of total clothing and footwear sales in Canada. Of the remaining 75 retailers, 31 firms representative in almost equal numbers of men's wear, ladies' wear and footwear retailers, might be described as local chains in that they operated two or more retail outlets within the urban center in which they were located. The retailing operations of the remaining 44 firms, in contrast, were confined to the one retail outlet. The combined sales of all retail survey participants represented approximately 36 per cent of total clothing and footwear sales in Canada.



The geographical distribution of the retail survey participants was as follows:

Halifax	12
Montreal	22
Toronto	28
Winnipeg	14
Regina	10
Edmonton	11
Vancouver	16

The distribution indicated for Montreal and Toronto reflects the concentration of head offices of large retail organizations in these two centers. While survey questionnaires were completed by, and interviews conducted with, head office personnel, the information in many cases was provided for a retail outlet in a survey center other than Montreal or Toronto. This was done to ensure a more balanced geographical coverage.

A total of 30 clothing and footwear items were used for survey purposes. They were selected having in mind their weighting in the Consumer Price Index and their overall significance in the expenditure patterns of Canadian consumers. Ten of the 30 items involved men's wear, 13 items involved ladies' wear and five items involved men's and ladies' footwear. The remaining two items represented piece goods to which the sales tax removal also applied. A complete listing of the 30 clothing and footwear survey items is contained in Appendix III.

The questionnaire form used in the retail survey requested general information on the firm's selling price policies, its selling price response to sales tax removal (including the timing and magnitude of price reductions), its reasons, where relevant, as to why selling prices had not been reduced, and its observations on cost and price trends affecting the retail trade. Separate schedules were provided in which retailers were asked to record specific cost and selling price data before and after tax removal for each survey item sold. They were instructed to select, for reporting purposes, the brand selling in the largest volume in each case. Retail firms selling more than 15 survey items were asked to complete one schedule for each item sold and to ensure that the completed schedules as a whole were broadly representative of domestically manufactured brands, imported brands, and private name brands. Retail firms selling 15 items or less, on the other hand, were asked to complete separate schedules where applicable for a domestically manufactured brand, an imported brand and a private brand.

As noted above, the data obtained from the retail survey which also included the name of the supplier for each survey item reported, were used to develop the manufacturer and importer samples. The magnitude of price increases at the supplier level reported by retailers was the principal criterion employed in selecting the samples. A secondary consideration in constructing the manufacturing sample was the need to ensure a balanced representation from among the various kinds of clothing and footwear manufacturers. The manufacturing sample was confined to those firms whose supply prices were reported by retailers as having increased by 5 per cent or more since the date of last purchase prior to July 16. Since the importers' selling price included sales tax, the importer sample included firms whose prices as reported in the retail returns showed little or no price reduction.

Of the 33 firms selected for inclusion in the manufacturing sample, 25 were engaged in clothing manufacture, 6 were engaged in footwear manufacture and two were engaged in the manufacture of piece goods. Of the 25 clothing manufacturers, 13 were selected as suppliers of men's wear and 12 as suppliers of ladies' wear. The footwear sample included four firms which manufactured both men's and ladies' footwear. Three of these four firms are major suppliers of men's footwear to the retail trade. The remaining two firms, both of which specialize in ladies' footwear, were selected to ensure a more balanced footwear sample.

Application of the selection criteria resulted in the identification of only 7 importers. An additional 9 known clothing and footwear importers whose names did not show up in the retail data, were added to produce a total sample of 16 importers. These additions were necessary to ensure that cost and selling price data were obtained on the import side for all survey items.

The manufacturer and importer survey had two basic objectives, to determine whether the supply price increases as reported by retailers had in fact taken place after July 16, and where this was so, to obtain an explanation concerning the reasons for the increase in each case, and to determine whether manufacturers' and importers' selling prices in general had increased following the removal of sales tax.

In relation to the first objective, each manufacturer and importer was asked to comment on the specific price increase indicated by the retail survey returns and to provide detailed

cost and selling price data both before and after July 16 where the price had been increased after this date. Manufacturers were asked to report data for each of the major selling price components of the "named" product as of the date of the last price adjustment prior to July 16 and similar data on selling price components as of the most recent date. The components on which data were requested included direct material, direct labour, factory overhead, selling and administrative expenses, financial charges and profit. Importers in turn were asked to complete a schedule with respect to the "named" product in which relevant cost and price data for before and after July 16 were to be recorded. The schedule used for this purpose was similar to that used in the retail field survey.

In accordance with the second objective, each firm was asked to report any price increase implemented after July 16 on any of the sample items surveyed at the retail level. The specific questions asked were somewhat differently expressed as between manufacturers and importers. Manufacturers were asked to report on any increases in the "tax-excluded" selling price and importers to report on "selling price" reductions. In the former case, the phrasing of the question recognized that selling price for most manufacturers did not include sales tax which normally appeared as a separate cost item on the manufacturer's invoice. The selling price of importers, on the other hand, invariably included sales tax.

Where prices were increased after July 16, manufacturers were asked to provide detailed information on the amount of the increase for the largest selling product for each of the various survey items manufactured, the date of the price increase, and where cost increases were a factor, the size of the cost increase in percentage terms for each major cost component. Importers were asked to report on price reductions and to provide explanations as to why selling prices had not been reduced where applicable. They were also asked to provide specific cost and selling price data before and after July 16 for all survey items handled.

The interviews with participating firms were conducted in the main by retired business executives who are voluntary members of the Canadian Executive Services Overseas Organization or C.E.S.O. The interviews were designed to ensure that the data recorded by firms in the survey forms prior to the interview were as complete as possible and corresponded with invoices and other related documents. Survey methodology, including the questionnaires and schedules, were reviewed with officials of selected retailers, manufacturers and importers

in Montreal and Toronto before the survey work was formally launched. A number of changes were made in the questionnaires as a result of comments and suggestions received from the firms involved. This "testing" exercise was carried out by the Department's Prices Group with assistance from the CESO interview group.



## RETAIL SURVEY RESULTS

### Survey Response

Completed questionnaires were received from all but three of the 113 retailers included in the survey sample. In the majority of cases, the returns indicated that considerable effort had been spent in their preparation. In addition to providing a clear indication of pricing response to sales tax removal, many retailers submitted extensive explanatory comments on their operating costs, mark-up practices, inventories, sales volumes and cost and price trends affecting the retail trade. Extensive documentation in the form of annual reports, financial statements and retail price lists as well as copies of invoices and internal memoranda bearing on the retailer's response to sales tax removal, were also received. Information of this nature was submitted by some of the smaller as well as many of the larger retail organizations.

Some retail organizations experienced difficulty in providing all of the data requested on specific items. This was not entirely unexpected having in mind the small size and specialized nature of many retail operations. Some of the smaller organizations did not maintain the kind of records that would permit provision of all the detailed data requested. Again, usable cost and selling price data for the period before and after July 16, were not available for some fashion garments. This was particularly true with respect to ladies' fashion garments. Pre- and post-July 16 meaningful price comparisons were not possible since fashion garments purchased for the 1974 fall season were markedly different from those purchased for the previous fall season.

Apart from those associated with fashion garments, the data deficiencies were partly overcome through subsequent follow-up action. In any event, these deficiencies were not of serious consequence to the survey results as a whole. Most of the data submitted were acceptable for analytical purposes and this was particularly true of department and national chain stores whose sales as already indicated, represented approximately 34 per cent of total clothing and footwear sales in Canada.

### General Pricing Practices

The general practices followed by retailers in establishing the retail selling prices of clothing and footwear merchandise are briefly described in this section. The des-

scription is based on information supplied by survey participants. Since it is expressed in general terms, it may not fully reflect the selling price practices followed by individual retailers. No significant differences in pricing practices were found to exist between clothing and footwear retailers.

In establishing selling prices, most retailers customarily take into account both projected sales volumes and the gross profit dollars arising therefrom which are necessary to cover their costs and to realize their desired return on investment. Significant cost elements include selling, administrative and other overhead expenses as well as the prices paid suppliers for clothing and footwear merchandise. Gross profit objectives are achieved through the mark-up mechanism. Average mark-ups are established and applied either uniformly to all clothing and footwear merchandise or with variations among the various clothing and footwear lines involved or even among items of the same line.

Mark-ups, which are normally expressed in percentage terms, may be calculated in a variety of ways. They may be calculated as a percentage of the supply or cost price only, as a percentage of cost price plus transportation and warehousing charges, or during the pre-July 16 period, as a percentage of the cost price plus federal sales tax and other charges. The survey results indicated that mark-up calculated as a percentage of cost price and federal sales tax was common practice. Mark-ups may also be referred to as mark-ons. The two terms, mark-up or mark-on, are used interchangeably within the retail trade. An item which cost \$25.00, for example, is priced to sell at \$50.00. The mark-up in this example is \$25.00, 100 per cent of cost or 50 per cent of the retail selling price. Less frequently, a fixed dollar amount may be added to the percentage mark-up. A garment supplied at \$10.00, for example, would retail at \$21.00 assuming a 100 per cent mark-up and a fixed add-on of one dollar. The choice of a particular mark-up or mark-on formula hinges on several factors including net profit objectives, projected sales volumes, the cost base for mark-up purposes and the historical practices within the retail trade.

Mark-ups or mark-ons, it should be noted, are established in many cases having in mind the likelihood that selling prices on particular lines of merchandise may have to be substantially reduced at a later date. Mark-downs or special

sales promotions to clear out slow-moving stocks, are standard practice within the trade. Fashion garments, where consumer demand may have been difficult to forecast, are particularly vulnerable in this regard. Selling price reductions obviously involve the realization of lower gross profits than the initial mark-ups might suggest. As already noted, mark-ups may vary in percentage amount both between and within the various clothing and footwear lines carried. They reflect in part the retailer's assessment of the risks involved in selling the merchandise. As might be expected, they tend to be higher on low volume fashion or seasonal items and lower on high volume staple items.

Mark-ups on individual items are frequently adjusted so as to accommodate "pricing points" which are a characteristic of the retail trade. Pricing points avoid the multiplicity of selling prices that would result if the retailer's average mark-up percentage were to be applied to his cost for each item of merchandise sold. The practice, which is essentially the rounding-off of odd prices, permits merchandise to be sold at prices which are normally more convenient both for the retailer and for his customers. The following example will illustrate the manner in which the "pricing point" practice is applied. The application of the mark-up percentage on a given merchandise item produces a price of \$2.15. If the retailer's pricing points were \$2.00 and \$2.25, the calculated price of \$2.15 would be increased to \$2.25, the retailer's nearest pricing point. The calculated price of \$2.15 would be reduced to \$2.00, on the other hand, if his pricing points were set at \$2.00 and \$2.50. Retailers, in explaining the practice, pointed out that from a consumer viewpoint, the higher prices which the practice produces on some items are counter-balanced by lower selling prices on others.

In addition to mark-up and pricing point practices, retail selling prices are sometimes the result of the retailer following the retail prices suggested by the supplier. This is more likely to occur with nationally advertised brands. The suggested retail price provides the retailer with a pre-calculated mark-up. Suggested retail prices are often supported by the device of pre-ticketing through which the suggested retail price is printed by the manufacturer on the merchandise package or sales tag.

Another matter bearing on retail selling price practices which has significance in the context of this report, concerns inventories. Where substantial inventories are involved, selling prices do not normally reflect changes in

the supplier's price until stock purchased at the new price is in "balance" with that purchased at the old price. This practice was frequently mentioned by survey participants. The question of inventories and their significance in relation to sales tax removal is discussed at greater length in the next section.

No description of retail selling price practices would be complete without reference to competition. According to many survey participants, competitive forces within the local market area are the over-riding consideration. The survey returns of the smaller independent retailers indicated that their selling prices were largely determined by the prices charged by their competitors. The large retail outlets whose influence is of major importance, in effect, act as price leaders with the smaller retailers assuming the role of price followers. Large retailers, while they may on occasion and in particular localities, respond to price competition from smaller retailers, are primarily influenced by the pricing actions of other large retailers within the same market area. Many of the larger chains including the department stores, explicitly vest authority in the local store manager to adjust prices to meet local competition.



## Factors Influencing Price Response to Sales Tax Removal

Retailers were asked to describe in general terms the pricing actions which they had taken in response to sales tax removal. Specific questions had to do with the general timing of price reductions including pricing actions respecting both tax-paid and tax-free merchandise, and with the reasons why prices had not been reduced where applicable. Survey participants mentioned several factors which affected their pricing response. These included increases in suppliers' prices, the expressed desire to maintain dollar margins, the problems associated with tax-paid inventories, competitors' pricing actions, and manufacturers' suggested retail prices.

Increased cost for merchandise purchased after July 16 was a recurring theme in the survey returns. For many retailers, the reduction in unit costs<sup>1</sup> that would have resulted from tax removal was either completely or partially offset for many items by price increases implemented by suppliers. This is not to suggest that all supply price increases referred to by retailers were actually implemented by suppliers after tax removal. In many cases, they occurred some months earlier. This matter is more fully discussed in the section on "Manufacturer/Importer Survey Returns". Suffice it to say at this point, that supply price increases offset to some degree the beneficial effects of the sales tax change.

Another factor stated as having an effect on pricing response was the expressed desire to maintain or even increase gross dollar profit margins in order to meet increasing overhead and selling costs and to maintain net dollar profits. Sales revenue objectives, as already indicated, are normally achieved by applying a mark-up percentage to the cost of goods. This mark-up mechanism generates the gross dollar profits necessary to cover costs and to provide a net profit. Prior to July 16, sales tax was generally treated as part of the cost to which the mark-up was applied. Many survey participants stated that, because of the need to maintain gross dollar profits at their pre-July 16 levels, price reductions must necessarily be confined to the dollar amount of the tax. Any greater reduction, they pointed out, would seriously erode the overall sales revenues necessary to ensure a viable business operation.

---

<sup>1</sup>Unit costs in this context refer to suppliers' price, sales tax and other charges such as transportation. They do not include overhead or selling costs.

The need expressed by retailers to maintain gross dollar profits at their pre-July 16 level has an important bearing on the size of the retail price reduction that might have been expected to result from the removal of the tax. The reduction that might have been expected if gross dollar profits were to be maintained, would be 5.4 per cent assuming a pre-tax-removal mark-up of 100 per cent. The following example illustrates:

	<u>Before Tax Removal</u>	<u>After Tax Removal</u>
Estimated Gross Profit needed to cover overhead, selling and administrative expenses as well as desired net profit	\$112.00	\$112.00
Manufacturers' selling Price	100.00	100.00
Federal Sales Tax	<u>12.00</u>	<u>0</u>
Retail Price	<u>\$224.00</u>	<u>\$212.00</u>

It can be seen from the above example that if gross dollar profits are to be maintained at their pre-tax removal level, the retail price can be reduced by no more than the dollar amount of the tax. In this example, the price reduction on the pre-tax-removal price of \$224.00 was \$12.00 or approximately 5.4 per cent.

The 12 per cent tax rate and the 100 per cent mark-up used in the example were chosen for illustrative purposes. As earlier indicated, the effective tax rate on manufacturers' clothing sales made directly to retailers was 10.8 per cent. It is estimated that the 10.8 per cent rate applied to about two-thirds of all clothing and footwear items sold in Canada and the 12 per cent rate to one-third. This implies that the average tax rate for all items was 11.2 per cent. Because this average rate is somewhat less than the 12 per cent rate used in the example, the corresponding average reduction in retail prices would be 5.0 per cent rather than 5.4 per cent. In addition, mark-ups in actual practice may be somewhat higher or lower than the 100 per cent mark-up used in the example. Retail price reductions would be somewhat less than 5.0 per cent if the average mark-up were greater than 100 per cent, and somewhat more than 5 per cent if the average mark-up were lower than 100 per cent.

Tax-paid inventories held by retailers at the time the tax change was implemented were mentioned earlier as having a major bearing on the timing of selling price reductions. Inventories were frequently mentioned in the survey returns as the reason why all prices were not reduced immediately after July 16. The significance of tax-paid inventories varied between retailers. In some cases, tax-paid inventories were only significant in relation to particular items. In other cases however, a good part of the retailer's fall merchandise comprised tax-paid stock. Several different approaches were taken by retailers in pricing their tax-paid inventories.

First, some retailers simply waited until the normal stock turnover period had elapsed before effecting price reductions. With normal stock turnover periods of three to four months, this meant that selling prices were not reduced until late October or November at the earliest. Secondly, many retailers adopted the position that selling price reductions could not be initiated until balance had been achieved between tax-paid and tax-free stock. Selling price response in these cases depended upon the point in time at which inventory balance had been achieved. For many retailers, this point was not reached until the late fall months. In some cases, neither normal turnover nor inventory balance had been achieved at the time the survey was conducted. Lastly, a small number of retailers took immediate action to reduce selling prices on tax-paid merchandise.

## Quantitative Results

The questionnaire forms were designed to provide general information on the retailers' pricing response to tax removal and the separate schedules to provide representative examples of that pricing response. The former produced general information on both tax-paid and tax-free clothing and footwear merchandise and the latter specific cost and selling price data before and after sales tax removal on survey items purchased from suppliers after July 16. The cost and selling price data obtained from the schedules, which reflected tax-free merchandise in all cases, were quantified so as to provide an aggregate measure of initial pricing response on the part of all survey participants. These data related specifically to the retailers' first purchase of the particular survey item involved following the removal of tax. The schedules also indicated the dates on which price changes took effect with respect to the individual clothing and footwear items reported.

The quantitative analysis involved the use of 1,023 schedules supplied by 95 of the 113 survey participants.<sup>1</sup> Percentage changes in selling price, unit cost, supply price and other charges<sup>2</sup> were calculated from the data provided for each item before and after tax removal. The percentage changes for each of the foregoing were then averaged for major categories separately and for all items combined. In addition, gross dollar profits per unit were calculated from the price and cost data provided for both before and after July 16 for each item. As with costs and selling prices, percentage changes were calculated for each major category separately and for all items combined. The results of these calculations are shown in the following table.

---

<sup>1</sup>About 90 per cent of survey participants had reported by December 15th. By this date, the quantitative analysis had reached the stage where the inclusion of the small number of remaining returns would have unduly delayed the completion of this work.

<sup>2</sup>Other charges included transportation, mailing and warehousing costs.



TABLE 1

AVERAGE PERCENTAGE CHANGE IN RETAIL COSTS, PROFITS AND  
PRICES BY MAJOR CATEGORY<sup>1</sup>

---

	Major Category				
	Men's Clothing	Women's Clothing	Footwear	Piece Goods	Total
Supply Prices	3.5	2.8	4.2	12.8	3.5
Other Charges	0.6	-1.2	1.6	0	0
Unit Costs	-6.7	-7.3	-6.7	0.7	-6.9
Gross Dollar Profits	-2.3	-3.3	-3.4	-2.7	-2.9
Retail Prices	-5.0	-5.6	-5.2	0.2	-5.2

As can be seen from the table, supply prices increased on average by 3.5 per cent, gross dollar profits dropped by 2.9 per cent and retail prices declined by 5.2 per cent. It should be noted that the 5.2 per cent average price reduction represents individual price reductions which took place at different points in time over the period from July 16 to November 30. The distribution of price reductions by months was as follows:

---

<sup>1</sup>The contribution made to the change in retail price by changes in costs and profits is discussed in the "Assessment of Survey Results".

TABLE 2  
DISTRIBUTION OF PRICE REDUCTIONS BY MONTH  
(Per cent)

<u>Month</u>	<u>Percentage of Items</u>	
	<u>Monthly</u>	<u>Cumulative</u>
July	24.1	24.1
August	28.0	52.1
September	25.5	77.6
October	15.5	93.1
November	6.9	100.0

The schedules were also examined to determine the extent to which cost savings from tax removal were passed on to consumers by individual retailers. This examination revealed that retail prices on approximately 65 per cent of the items reported were reduced by an amount equal to or greater than the reduction which occurred in unit costs. Retail prices were not reduced on 13 per cent of the items because unit cost reductions were completely offset by supply price increases. On 22 per cent of the items, retail prices were reduced by less than the reduction in unit costs. The examination further revealed that 39 per cent of the retailers surveyed passed on unit cost reductions on all items reported. Another 56 per cent passed on unit cost reductions on 50 per cent or more of the items, and the remaining 5 per cent on less than 50 per cent of the items reported.

## MANUFACTURER AND IMPORTER SURVEY RESULTS

### Survey Response

Completed questionnaire forms were received from all 33 manufacturers and from all 16 importers included in the sample. Many manufacturers, as with retailers, submitted copies of annual reports, financial statements, price lists and other documents, together with their completed questionnaire forms. A number of importers, in turn, submitted copies of invoices received from foreign suppliers, invoices sent to retail customers and relevant price lists. As a general rule, the forms received from both manufacturers and importers were well prepared with some firms providing extensive comment on recent cost increases and their actual or anticipated impact in terms of selling price.

### General Pricing Practices

Participating manufacturers and importers were asked to provide a brief description of their general selling price practices. The information obtained in response to this general question is summarized below. This summary, like that for the Retail Survey participants, does not necessarily apply to any one manufacturer or importer.

Selling prices for many manufacturers have traditionally followed a seasonal pattern with January 1 to June 30 representing the "spring-summer" period, and July 1 to December 31 the "fall-winter" period. Some importers also indicated that their selling prices for certain items followed a somewhat similar seasonal pattern. The survey returns indicated that while most manufacturers are reluctant to implement mid-season price changes, they are prepared to do so when faced with unanticipated cost increases of a substantial nature. Prices are normally set some months in advance of the season in which they are to apply with price commitments being made to retailers at that time. A number of manufacturers reported that prices for the fall-winter period were established and released to the retail trade in March or April, and sometimes earlier. The pricing pattern just described, does not apply to all merchandise. In some cases, prices may be established when new merchandise lines are being introduced or when special orders are being filled. The survey returns indicated that mid-season pricing changes have been occurring with greater frequency than in past years because of the difficulty manufacturers have experienced in fully anticipating recent cost increases.

Before setting his selling price, the clothing or footwear manufacturer must estimate sales volume and costs likely to be incurred in producing that volume, and decide on his net profit objective. Costs involve both present costs and any additional costs likely to be experienced over the relevant production cycle. Total costs comprise direct labour and material costs and such indirect costs as factory overhead, administrative and selling expenses and financing charges. A number of survey participants indicated that indirect costs plus provision for profit represent up to 50 per cent of direct labour and material costs.

For clothing and footwear importers, costs comprise "landed costs" and the costs involved in providing warehousing and distribution services within Canada. Selling expenses and the costs resulting from currency fluctuations represent other cost elements. "Landed costs" include the foreign supplier's selling price, import duties, freight, insurance and brokerage fees. A mark-up percentage is normally applied by importers to produce the gross profit dollars required to cover distribution costs and to provide a net profit. The mark-up percentages reported varied from importer to importer. They ranged between 22 per cent on some items to 100 per cent on others. Mark-up percentages in the 50 per cent to 70 per cent range were frequently indicated.

Both manufacturers and importers indicated that competition had a major bearing on selling price determination. For manufacturers, competition results from both imported clothing and footwear merchandise and from comparable products manufactured by other domestic producers. Judging from the returns, competition from imported clothing and footwear products would appear to be the more intense of the two. For importers, comparable domestic manufactured products and merchandise brought into Canada by other importers, represent the competition. Selling price objectives and the dollar profits which they reflect, according to survey participants, must be revised from time to time to meet competitive market conditions. Overall profit objectives are satisfied however if lower than average profit dollars on some product lines are balanced off by larger than average profit dollars on others.

Retail pricing points were a selling price consideration mentioned by both manufacturers and importers. Customer demand for a particular product might be adversely affected if pricing action on the part of either the manufacturer or the importer should cause the retailer to price the product at a higher pricing point. To avoid this, the manufacturer will



sometimes temporarily take a lower profit margin hoping to maintain his average profit over the longer term. Other manufacturers indicated that, in order to maintain the same retail pricing point, costs would be reduced either by re-designing the product or by substituting less expensive materials.

## Supply Price Increases Reported by Retailers

The retail survey data indicated that supply prices had increased on 365 of the 1,023 clothing and footwear items reported. The average supply price increase of 3.5 per cent shown by the quantitative survey results represented the percentage price change for all 1,023 items. The average supply price change for the 365 items whose supply prices were reported as having increased was 10.1 per cent. These 365 items were supplied by 175 of the 408 suppliers whose names appeared in the retail returns.

Forty of the 175 suppliers named in the retail returns were selected for survey purposes using the criteria described in the Field Survey Section. Another nine importers, as noted earlier, were added for a total survey sample of 49. In the great majority of cases, the supply prices reported by retailers were confirmed by the manufacturers or importers concerned as being substantially correct.

It was earlier indicated that not all supply price increases reported by retailers had occurred after July 16th. The fact that a supply price increase was only experienced by a retailer after July 16 is not surprising having in mind the manufacturer's normal practice of setting his prices well ahead of the period in which they are to apply. A manufacturer for example may have announced price increases in March which were to apply to the July-December retail selling period. A retailer who had received one order of a particular item before July 1, and a second order after July 16, would naturally experience a supply price increase between the two dates. Indeed, 19 of the 33 manufacturers surveyed were able to demonstrate that the increases reported by retailers were implemented prior to July 16 and that no further supply price increases occurred after July 16.

Six other manufacturers indicated that the price increases reported by retailers were implemented prior to July 16. In all six cases, however, a further increase was reported by the manufacturer as having occurred after that date. Cost increases were cited as the reason for the price increase by all six manufacturers and relevant cost documentation was provided. Four manufacturers reported that the price increase indicated by the retail data had been implemented after July 16. Cost increases were again given as the reason and relevant documentation was submitted. Two other manufacturers also reported that the price increase quoted by the retailer had been implemented on or about July 16. Both manufacturers stated that the price changes were planned in advance of

July 16 and that the dates on which they were implemented followed customary practices regarding the timing of price changes. The price increases were supported by relevant cost documentation. In the two remaining cases, the information contained in the retailer's return was not sufficient to permit product identification. Both manufacturers reported however that no price increases were implemented subsequent to July 16.

Seven importers were asked to provide information on the selling price of specific imported clothing and footwear products reported in the retail returns. They were selected because the retail survey data indicated little or no reduction in the selling price of the product following tax removal. Three of the seven importers were able to demonstrate that the cost savings resulting from tax removal were more than offset by increases in the cost of the imported merchandise. A fourth importer demonstrated that the selling price reduction was in fact roughly equal to the dollar amount of the tax. A fifth importer stated that the nominal price reduction on the specific product on which information was requested, was not typical of his selling price response to tax removal. The detailed data submitted by this importer indicated that his average price reduction over a broad range of clothing imports approximated the dollar amount of the tax. One of the two remaining importers reported that he was unable to identify the specific product from the information supplied by the retailer, and the second that the "named" product was domestically manufactured in Canada. Both importers provided detailed data indicating that prices on other imported products had been reduced by the dollar amount of the tax.

## General Pricing Actions After July 16

The survey returns indicated that most manufacturers had raised their selling prices during 1974. In some cases, prices were adjusted more than once during the year. The returns further indicated that about half of the manufacturers surveyed had increased some prices at some time after July 16. The size of the increases, which ranged up to 10 per cent, varied both between manufacturers and between the different product lines of the same manufacturer. The dates on which the price increases were implemented also varied between manufacturers. Four manufacturers indicated that selling prices were adjusted on some or all product lines over the period from June to September. In most other cases, however, the increases were reported as having been implemented later during the year. The data indicated that the price adjustment dates generally corresponded with the manufacturer's customary practices regarding the timing of price changes.

Cost increases were invariably advanced as the reason for price increases. Most manufacturers stated that all cost components showed substantial increases during the year. Increases of approximately 15 per cent affecting both labour costs and a broad range of material costs were frequently mentioned. Other cost increases occurred in factory overhead, selling and administrative expenses and in financing costs. Increases in direct labour costs flowed from the terms of recently concluded labour agreements involving significant increases in base wage rates, benefits and cost of living payments. A number of manufacturers also referred to the impact of increases in the minimum wage implemented by various Provincial Governments.

The survey returns indicated that, in general, the importers included in the sample passed on the cost savings from tax removal on merchandise imported after July 16. This did not necessarily result in selling price reductions in all cases because cost increases often partially or completely offset the tax savings. Regarding tax-paid merchandise, more than half the importers indicated that they had not reduced selling prices.

Increases in "landed costs" were mentioned with some frequency in the importers' returns. Increases in merchandise cost as such were particularly noticeable in the case of imports from certain European countries. In contrast, merchandise cost for goods imported from the Far East showed little or no change. For certain importers, supply price increases in the country of origin were particularly intense over the past year or more. One importer of footwear reported four supply price increases affecting one product line over the period April, 1974 to January, 1975.



Increased freight rates, particularly air freight charges, were another factor resulting in higher "landed costs". Increases of 20 per cent to 25 per cent were reported by several importers as having occurred over the past year. Increased labour and financial costs were among the other cost increases reported by importers.

## ASSESSMENT OF SURVEY RESULTS

Three major conclusions can be drawn from the field survey results. In the first place, selling price reductions appear to have been quite extensive on merchandise purchased after July 16 at both the retailer and importer levels. Secondly, selling price reductions on tax-paid inventories were confined to a relatively few retailers. Thirdly, selling price increases implemented at the manufacture level appear to have occurred in response to increased costs.

The quantitative analysis of the retail data indicates results which are not unexpected having in mind the various factors described earlier as having an important bearing on price response. The analysis shows an average reduction of 5.2 per cent in retail prices, a decline of 2.9 per cent in gross profit dollars and a supply price increase of 3.5 per cent. Relevant data drawn from the quantitative results are summarized in Table 3 together with the percentage contribution which each component made to the retail selling price reduction.

TABLE 3  
CONTRIBUTIONS TO CHANGE IN RETAIL PRICE

<u>Component of Retail Price</u>	<u>Per cent Change</u>	<u>Share of Change in Retail Price</u>	<u>Per cent Contribution to Change in Retail Price</u>
Supply Price	3.5	1.5	28.8
Other Charges	0	0	0
Sales Tax	-100.00	-5.2	100.0
Unit Cost	-6.9	-3.7	71.2
Gross Profits	-2.9	-1.5	28.8
Retail Price	-5.2	-5.2	100.0

---

<sup>1</sup>Based on component share of retail price before July 16.

The stated objective of many retailers to maintain or to increase gross profit dollars, was not a factor in influencing the overall pricing response. Gross profit dollars actually declined for the survey items and this decline contributed 1.5 percentage points to the reduction in retail prices. Supply price increases partially offset the decline in gross profits and the cost savings flowing from the removal of the tax. The survey returns provided no explanation for the decline in gross profit dollars. Although several factors may have been responsible, the desire of retailers to maintain sales volumes in the face of some weakening in consumer demand, undoubtedly played a role.

Interestingly enough, the 5.2 per cent reduction, which represents the combined effects of supply price increases and declines in gross dollar profits, as well as tax removal, is not too different from the 5.0 per cent average price reduction which, as earlier explained, would have resulted assuming an 11.2 per cent tax rate and a 100 per cent mark-up. The actual pre-tax removal mark-up was 93.4 per cent.

The average price reduction shown by the quantitative data demonstrates a positive overall response to tax removal on the part of the retail survey participants. It implies, of course, that selling prices were reduced by certain retailers on some clothing and footwear items by more than the dollar amount of the tax. The extent of the price reductions implemented by other retailers varied between the different clothing and footwear items reported. Prices were reduced on some items by exactly the dollar amount of the tax, while pre-July prices were maintained on others. No significant difference in pricing response was found between domestically produced goods and imported goods.

Supply price increases had a significant bearing on the extent to which prices were reduced on many of the items reported. The retail data indicated that supply price increases were a common occurrence during 1974. The average supply price increases of 3.5 per cent revealed by the quantitative analysis provides some indication of supply price increases experienced at the time of first purchase following July 16. The average percentage increase understates to some degree the effects of supply price increases in that about half of the retailers reporting subsequent purchases indicated further supply price increases. The manufacturer/importer survey substantially confirmed the information provided by retailers regarding supply price increases. All manufacturers surveyed indicated that selling prices were increased at some time during 1974. In many cases, selling prices were revised on more than one occasion during the year in response to

rising costs. Information from importers, while not as complete as that from manufacturers regarding pre-July 16 selling price increases, indicated that more than one price adjustment occurred during the year in a few cases.

It would also appear that tax-paid inventories continued to have significance even at the time the field survey was conducted notwithstanding the fact that some manufacturers indicated somewhat lower than average shipments to retailers during the period between the budget announcement date of May 6 and the tax removal date of July 16. There is little doubt however but that many retailers entered the post tax removal period with substantial tax-paid inventories. The presence of these substantial inventories together with some weakening in consumer demand appears to have lengthened the normal inventory turnover period. Retail price reductions were delayed pending a satisfactory resolution of the inventory problem.

In concluding this section, brief comment should be made regarding survey coverage. It might be noted that while the retail sample covered only a relatively small number of firms, their clothing and footwear sales represented some 36 per cent of total clothing and footwear sales in Canada. The inclusion of most major department stores and national chains, given their dominant role within the retail trade, was important in ensuring representative coverage. While the survey sample did not include all tax-affected clothing and footwear items, it was nevertheless broadly representative of these items as will be indicated in the discussion of the Consumer Price Index which follows in the next section. The 1023 schedules used for quantitative analysis provided representative examples of the retailers' pricing response to tax removal. The schedules might thus be considered a reasonable approximation for a much larger sample of responses to tax removal chosen on a more random basis. Although survey participation was a voluntary undertaking, participants were provided with specific instructions regarding the selection of clothing and footwear items for reporting purposes. The personal interviews conducted by the C.E.S.O. group helped to ensure that the data submitted were as complete and accurate as possible. Follow-up action was undertaken by the Department in those few cases where further clarification of data was required.

The manufacturer/importer sample was designed essentially to verify the data on supply price increases reported by retailers, and to determine the reasons underlying price increases at the supplier level. Based on the selection criteria earlier described, the sample covered approximately 23 per cent of the 175 suppliers reported as having increased prices.



## THE CONSUMER PRICE INDEX

Relevant price movements in the Consumer Price Index (CPI) are presented and analysed in this section to provide a more comprehensive view of the price effect of tax removal than that given by the survey results on their own. For this purpose, those prices affected by the removal of the tax had to be separated from those that were not affected. The components of the official CPI for clothing were therefore re-grouped into tax-affected items and all-other items.

### Price Changes in Tax-Affected Clothing and Footwear

Continuous increases in the CPI throughout 1974 for tax-affected items are not surprising in view of the general inflationary environment and the particular cost pressures affecting clothing and footwear prices. The year-over-year rate of increase for prices of tax-affected items, however, declined quite noticeably in the fourth quarter of 1974, falling from 9.2 per cent in the third quarter to 7.2 per cent in the fourth. Furthermore, the quarterly increase in the fourth quarter of 1974 was only half that for the fourth quarter of 1973. This improved price performance was in sharp contrast to that displayed by the prices of other clothing items, non-clothing textiles, and the CPI for all-items. Table 4 provides a comparison of changes in the prices of tax-affected items with changes in these other prices, and with changes in the U.S. consumer price index for items corresponding to those affected by tax removal in Canada. Each of the indexes, other than that for tax-affected items, showed a fourth quarter increase in 1974 higher than in 1973, and a year-over-year increase higher in the fourth quarter than in the third.

The fact that the year-over-year rate of increase for tax-affected prices showed no visible effect of tax removal between the second and third quarters, should not have been unexpected. The prices for the July index were collected by Statistics Canada prior to tax removal, while those collected for August and September were dominated by tax-paid inventories. Even though fourth quarter prices show a marked improvement, they too continued to be strongly influenced by tax-paid inventories.

TABLE 4

COMPARISON OF CPI FOR TAX-AFFECTED ITEMS  
WITH OTHER RELEVANT INDEXES

		CPI Clothing Items		Non-	CPI	U.S.
		Tax-	All	Clothing	All-	Apparel
		Affected <sup>1</sup>	Other <sup>2</sup>	Textiles <sup>3</sup>	Items	CPI <sup>4</sup>
A. Quarterly Per Cent Change:						
1973:	IIQ	2.8	-0.2	2.0	2.3	2.3
	IIIQ	0.8	1.4	1.9	2.8	0.2
	IV	4.0	2.6	1.5	1.8	2.7
1974:	IQ	1.2	3.0	4.2	2.4	-0.4
	IIQ	2.6	4.6	4.4	3.3	2.4
	IIIQ	1.2	3.4	4.0	3.0	2.0
	IVQ	2.0	3.0	2.9	2.7	3.7
B. Year-over-Year Per Cent Change:						
1974:	IQ	9.0	n.a. <sup>5</sup>	10.0	9.6	5.0
	IIQ	8.9	12.1	12.5	10.7	5.8
	IIIQ	9.2	14.2	14.8	11.0	7.2
	IVQ	7.2	14.7	16.3	12.0	7.8

1 Adult clothing, adult footwear and piece goods.

2 Adult clothing accessories, children's clothing and footwear and clothing services.

3 Linen and draperies.

4 For those items corresponding with those affected by tax removal in Canada.

5 Accessories were only priced from the second quarter of 1973.

Table 5 shows price movements for the major categories that make up the tax-affected index. As can be seen in the table, the fourth quarter improvement was reflected in each of the apparel indexes. The only exception was the price of piece goods whose material costs represent a larger proportion of total costs than is the case for clothing and footwear.

There seems little doubt but that the year-over-year increase in the tax-affected index would have been larger by several percentage points if sales tax had not been removed. The comparison of the 1974 fourth quarter performance with that of 1973 for the tax-affected index, and the comparison with other relevant price indexes, suggests that the rate of increase in the tax-affected index would have been higher by at least three percentage points.

TABLE 5

CONSUMER PRICE INDEXES FOR CLOTHING  
ITEMS AFFECTED BY TAX REMOVAL

		<u>Women's</u> <u>Clothing</u>	<u>Men's</u> <u>Clothing</u>	<u>Adult</u> <u>Footwear</u>	<u>Piece</u> <u>Goods</u>	<u>ALL TAX-</u> <u>AFFECTED</u> <u>ITEMS</u>
A. Quarterly Per Cent Change:						
1973:	IIQ	2.9	3.1	1.7	1.8	2.8
	IIIQ	0.8	0.7	1.1	0.9	0.8
	IVQ	4.8	3.8	3.2	0.6	4.0
1974:	IQ	1.0	1.4	1.5	1.7	1.2
	IIQ	1.9	3.5	1.7	2.8	2.6
	IIIQ	1.2	1.4	0.9	3.2	1.2
	IVQ	1.7	2.9	1.3	1.8	2.0
B. Year-over-Year Per Cent Change:						
1974:	IQ	9.7	9.2	7.7	5.1	9.0
	IIQ	9.7	9.7	7.6	6.2	8.0
	IIIQ	9.2	10.4	7.4	8.7	9.2
	IVQ	6.0	9.5	5.5	9.9	7.2

## The Retail Survey and the CPI

The analysis of the CPI and the quantitative results of the retail survey both show tax removal as having a beneficial effect on clothing and footwear prices. Two questions require clarification, however, regarding the relationship between the survey results and the CPI. The first question concerns the possibility of bias in the survey results. The retail survey did not include all tax-affected items, and this may have biased the results one way or another. An indication of the magnitude and direction of possible bias is provided by a comparison of the increase in the price of all tax-affected items in the CPI over the July-to-December period with the increase shown when the index is confined to the survey items. For all tax-affected items, the increase over the period was 3.0 per cent.<sup>1</sup> When only the survey items are considered, the increase was 2.7 per cent. The comparison suggests that the survey sample was reasonably representative of all tax-affected items.

The second question concerns the absolute price decline shown by the retail survey and the continuing rate of price increase revealed by the CPI analysis. The average price decline shown by the survey results is based entirely on tax-free clothing and footwear merchandise. The data used in calculating this measure of price change moreover relates specifically to selling price changes implemented by retailers at the time of first purchase following tax removal. In other words, the average price decline is a measure of the retailer's initial pricing response on tax-free merchandise. By its very nature, it does not reflect prices applying to tax-paid merchandise nor does it include price adjustments implemented subsequent to the retailer's initial pricing response on the same merchandise.

The CPI encompassed a much broader spectrum of prices than did the retail survey schedules including, as it did, prices of clothing and footwear merchandise on which tax had been paid as well as tax-free merchandise. As already indicated, tax-paid inventories completely dominated the index during the early months following July 16 and continued to exercise a strong influence at least through to the end of November. Price reductions resulting from tax removal during the early months were completely obscured as a consequence. During the later period, such price reductions began to have noticeable effects in the index although their full impact continued to be offset by the prices applying to tax-paid merchandise.

---

<sup>1</sup>This is over a five-month period in contrast to the six-month June-to-December period for the quarterly figures given in Tables 4 and 5.



Normal inventory turnover periods appear to have been affected by a weakening in consumer demand in the latter half of 1974 compared with second half performance in the last few years.

Tax-paid inventories had an additional effect in that their prices continued to rise during the period reflecting the impact of supply price increases occurring some months prior to July 16. Supply price increases on tax-free merchandise occurring after July 16 had the effect of partially offsetting the savings from tax removal. These price effects were fully reflected in the CPI and only partially reflected in the quantitative results of the retail survey since the supply price data used for this purpose pertained to the first purchase after July 16.

## SUMMARY AND CONCLUSIONS

Study findings were presented with respect to Industry Structure and Cost Environment, Field Survey Results and the Analysis of the Consumer Price Index. The Cost Environment section provided a broad indication of the cost pressures affecting the clothing and footwear trade at the time Federal sales tax was removed. Increasing costs at all levels in the production and distribution chain were reflected in the higher supply prices paid by retailers and in the higher retail prices paid by consumers. These cost pressures were confirmed by the field survey results.

The field survey results indicated a 5.2 per cent reduction on clothing and footwear merchandise purchased after July 16. This was the consequence not only of the removal of the tax but also of a slight decline in gross dollar profits and an increase in supply prices. The net effect was a price reduction of the same general magnitude as that which would have occurred if prices had been reduced by the dollar amount of the tax and gross dollar profits had been maintained at their pre-July 16 levels. The reduction would likely have been somewhat more than 5.2 per cent were it not for supply price increases which partially offset the cost savings generated by tax removal. The timing of price reductions generally was affected by the presence of inventories on which Federal sales tax had been paid. Their effects continued to be felt over the full period covered by the study. In individual cases, sales continued to be made from tax-paid stock at the time data were being reported, and reduced prices reflecting the tax savings were not expected until early 1975.

The analysis of Consumer Price Index for the period from July to December showed the positive effects of sales tax removal on retail clothing and footwear prices. The price performance of tax-affected clothing and footwear items was found to have been markedly superior to that of other clothing items, non-clothing textiles and the CPI as a whole. The fact that this improved price performance only became noticeable in the fourth quarter of 1974, was not entirely surprising having in mind that clothing and footwear prices collected by Statistics Canada continued to be heavily influenced by tax-paid inventories. The extent of the improvement was demonstrated by the fact that the year-over-year rate of increase in the tax-affected index declined by two percentage points during the fourth quarter, and that the rate of increase was only half that recorded during the fourth quarter of 1973.

As a general conclusion, it can be stated that the retail prices of clothing and footwear responded in a positive manner to the removal of the Federal Sales Tax. The price decline revealed by the field survey, together with the improved price performance reflected in the Consumer Price Index, indicated that Canadian consumers received substantial benefits from tax removal. Significant price reductions on a number of clothing and footwear items occurred and many price increases which would otherwise have been inevitable were avoided. The present study and the 1973 study on tariff and sales tax changes, provide clear evidence that retail prices are generally responsive to sales tax changes.

## ACKNOWLEDGEMENTS

This study could not have been completed without the willing cooperation and support of participating retailers, manufacturers and importers. Survey participation involved time and effort on their part. The willingness of most participants to release data normally regarded as confidential but essential for study purposes, was particularly appreciated. The degree of cooperation was evident from the fact that survey returns were received from all but three of the 113 retailers asked to participate. Sayvette Ltd., and Evangeline Shops Ltd. of Toronto, and Dugger's Men's Wear Ltd. of Halifax had not submitted survey returns at the time this report was prepared. Cooperation was even more marked at the manufacturing and importing levels. Completed survey returns were received from all firms asked to participate. Special mention should be made of the fact that many firms welcomed the study and the opportunity to participate.

The department would also like to acknowledge the support received from the C.E.S.O. interviewers. The excellent response received from survey participants can be attributed in part to their diligence in undertaking the survey interviews. The keen interest which they displayed throughout the study, was much appreciated.

A P P E N D I X I

THE COST STRUCTURE FOR SELECTED CLOTHING AND FOOTWEAR  
MANUFACTURERS AND RETAILERS



TABLE A

COST AND PROFIT COMPONENTS OF SALES:  
SELECTED MANUFACTURING INDUSTRIES

(Per Cent)

	Leather Tanneries	Shoe Factories	Yarn and Cloth Mills Cotton Wool Synthetic	Knitting Mills	Men's Clothing Industries	Women's Clothing Industries
Wages	19.4	26.7	17.6 22.8 18.6	21.1	23.5	20.6
Materials	59.3	47.1	52.5 36.4 47.3	44.7	45.8	47.1
Fuel & Electricity	1.7	0.4	1.7 1.7 2.6	0.8	0.3	0.2
Packaging	0.3	1.8	1.2 1.0 1.5	1.7	0.7	0.7
Work Contracted Out	-	0.3	1.0 3.8 2.2	5.2	7.2	8.5
Operating, Main- tenance & Repair Supplies	2.6	1.4	2.8 3.5 3.0	1.4	0.5	0.5
Overhead Selling and Administrative Costs and Net Profit	16.7	22.3	23.2 30.8 24.8	25.1	22.0	22.4
Value of Sales	100.0	100.0	100.0 100.0 100.0	100.0	100.0	100.0
Sources:	Statistics Canada: Census of Manufacturing Leather Tanneries, Shoe Factories and Shoe Findings Industries, Cotton Yarn and Cloth Mills, Wool Yarn & Cloth Mills, Man-made Fibre, Yarn and Cloth Mills, Knitting Mills, Men's Clothing Industries, and Women's and Children's Clothing Industries, all for 1972 except Cotton Yarn and Cloth Mills which is for 1970.					

TABLE B

COST AND PROFIT COMPONENTS OF RETAIL  
CLOTHING SALES  
(Per Cent)

	1964		1966		1973	
	Independent Men's Cloth- ing Stores <sup>1</sup>	All Men's Clothing <sup>2</sup>	Indep. Women's Ready-to Wear Stores <sup>1</sup>	All Women's Clothing <sup>2</sup>	Men's & Boy's Clothing <sup>3</sup>	All Clothing <sup>2</sup>
Cost of Domestic Goods At Manufacturer's Price	-	50.9	-	47.8	-	42.8
Cost of Imported Goods At Duty-Fair Price	-	4.9	-	3.7	-	9.6
Total Cost of Goods	-	55.8	-	51.5	58.0	52.4
Federal Sales Tax	-	6.1	-	5.7	6.2	5.6
Wholesale Services	-	1.4	-	3.7	3.1	3.1
Total Cost to Retail Including Transportation	68.6	63.3	67.4	60.9	70.1	61.1
Wages and Salaries, Over- head, Selling and Admin- istrative Costs and Net Profit	31.4	36.7	32.6	39.1	29.9	38.9
Retail Sales <sup>4</sup>	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Addendum Wages & Salaries	13.5	12.6	15.1	12.6	-	11.8

1. Statistics Canada: Clothing and Piece Goods Stores, Operating Results 1964  
(Cat. No. 63-406)

2. Developed by the Department of Consumer & Corporate Affairs from various Statistics Canada Publications

3. Statistics Canada 1966 Input-Output Data

4. Excluding provincial sales taxes

TABLE C

## COST AND PROFIT COMPONENTS OF RETAIL FOOTWEAR SALES

	(Per Cent)			
	1964		1966	
	Independent Family <sup>1</sup> Shoe Stores	All Footwear <sup>2</sup>	All Footwear <sup>2</sup> 1-0 <sup>3</sup> CCA <sup>2</sup>	1973 All Footwear <sup>2</sup>
Cost of Domestic Goods At Manufacturer's Price	-	51.2	- 50.0	36.1
Cost of Imported Goods At Duty-Paid Price	-	7.0	- 8.5	14.6
Total Cost of Goods	-	58.2	58.3 58.5	52.3
Federal Sales Tax	-	7.0	7.0 7.1	6.3
Wholesale Services	-	3.8	4.0 4.0	2.2
Total Cost to Retail including Transportation	66.1	69.0	70.6 69.6	59.2
Wages and Salaries Overhead, Selling and Administrative Costs and Net Profit	33.9	31.1	29.4 30.4	40.8
Retail Sales <sup>4</sup>	100.0	100.0	100.0 100.0	100.0
Addendum Wages & Salaries	13.9	16.2	- 16.0	19.6

1. Statistics Canada: Clothing and Piece Goods Stores, Operating Results 1964 (Cat. No. 63-406)

2. Developed by the Department of Consumer and Corporate Affairs from various Statistics Canada publications.

3. Statistics Canada 1966 Input-Output Data. 4. Excluding provincial sales tax.

A P P E N D I X   I I

RECENT CHANGES IN SELECTED INDUSTRY PRICES  
AND ESTIMATED UNIT LABOUR COSTS

## APPENDIX II

### RECENT CHANGES IN SELECTED INDUSTRY PRICES AND ESTIMATED UNIT LABOUR COSTS

#### Material Prices

The prices of material outputs at one production stage are the costs of material inputs at the next. Because the relationship between material inputs and material outputs shows little change over short periods of time, material prices have been used as a proxy for unit material costs. The recent historical pattern of changes in output prices at each stage of production in the textile, clothing and footwear industries is provided in Tables D and E.

#### Unit Labour Costs

The unit labour cost data used in this report are estimates based on total wages and salaries and real domestic product for selected manufacturing and retail groups. Estimates of recent changes in unit labour costs are provided in Table F.



TABLE D

## RECENT PRICE MOVEMENTS AT DIFFERENT STAGES OF PRODUCTION AND DISTRIBUTION: FIBRES TO CLOTHING

(Year-over-year Per Cent Change)

	Raw Cotton <sup>1</sup>	Raw Wool <sup>2</sup> Dom. Imp.	Man-made Fibres <sup>4</sup>	Imported Cotton <sup>2</sup> Yarn & Cloth Mills	Wool Yarn <sup>2</sup> Mills	Wool Cloth <sup>2</sup> Mills	Synthetic Textile Mills <sup>2</sup>	Knitting Mills <sup>2</sup>	Men's Clothing <sup>2</sup> Industry	Foundation Garment Industry <sup>2</sup>	Men's Retail Clothing <sup>3</sup>	Women's Retail Clothing <sup>3</sup>	
1972:													
IQ	13.4	2.3	18.3	1.8	7.3	-0.9	2.2	-2.8	-0.2	3.7	2.1	3.0	3.1
IIQ	18.0	17.4	26.6	-2.4	9.0	2.1	1.4	-2.8	0.1	3.0	1.8	2.5	1.0
IIIQ	15.4	36.6	39.7	-3.9	8.9	2.6	2.6	-1.7	1.2	3.4	1.7	1.6	0.3
IVQ	5.2	115.9	98.2	0.3	7.1	2.6	6.6	-0.2	2.0	3.5	1.6	1.5	1.0
1973:													
IQ	-0.2	162.2	132.4	-0.5	4.4	47.9	12.5	1.5	4.7	4.6	3.7	2.8	2.3
IIQ	-4.7	168.1	123.2	12.2	4.5	62.7	21.2	8.8	5.4	6.3	3.3	4.6	5.0
IIIQ	14.4	144.9	111.6	15.8	13.8	64.7	22.6	6.7	9.1	7.3	2.2	5.5	6.2
IVQ	64.2	39.3	36.8	25.3	35.5	65.7	21.2	8.3	11.5	10.4	6.9	7.7	8.0
1974:													
IQ	83.3	9.6	-3.9	19.7	45.9	14.3	18.5	13.7	18.7	14.2	5.9	9.1	10.0
IIQ	67.0	-21.8	-21.2	13.8	47.1	-2.0	12.0	13.5	20.3	16.2	7.4	9.5	9.5
IIIQ	30.6	-32.8	-35.6	17.8	32.1	-7.0	10.4	17.2	17.2	19.2	11.9	10.2	10.4

Sources: Statistic Canada: Prices and Price Indexes (Cat. No. 62-002, Monthly) Sept. 1974; and Imports by Commodities (Cat. No. 65-007, Monthly) Jan. 1971 to Sept. 1974

1. General Wholesale Price Index
2. Industrial Selling Price Index (which excludes Federal Sales Tax)
3. Consumer Price Index
4. Based on a price index developed by the Department of Consumer and Corporate Affairs

TABLE E

## RECENT PRICE MOVEMENTS AT DIFFERENT STAGES OF PRODUCTION AND DISTRIBUTION:

HIDES TO SHOES				
(Year-over-Year Per Cent Change)				
	Hides and Skins <sup>1</sup>	Leather <sup>2</sup> Tanneries	Shoe Factories <sup>2</sup>	Retail <sup>3</sup> Footwear
1972:				
IQ	32.0	8.7	3.2	2.5
IIQ	68.4	27.1	5.2	2.1
IIIQ	113.1	36.4	5.7	3.7
IVQ	125.7	55.0	9.2	6.3
1973:				
IQ	75.2	38.1	10.8	6.9
IIQ	13.0	9.9	12.5	7.3
IIIQ	5.4	8.0	12.6	6.0
IVQ	-20.5	-6.4	9.7	6.1
1974:				
IQ	-20.8	1.9	14.0	7.2
IIQ	-23.2	11.1	12.4	7.8
IIIQ	-35.5	4.6	13.3	7.9

Sources: Statistics Canada: Prices and Price Indexes (Cat. No. 62-002, Monthly) Sept. 1974; and Imports by Commodities (Cat. No. 65-007, Monthly) Jan. 1971 to Sept. 1974

1. General Wholesale Price Index
2. Industrial Selling Price Index (which excludes Federal Sales Tax)
3. Consumer Price Index

TABLE F

ESTIMATED CHANGES IN UNIT LABOUR COSTS: SELECTED INDUSTRIES<sup>1</sup>

(Year-over-Year Per Cent Change)

	<u>Shoe Factories</u>	<u>Knitting Mills</u>	<u>Clothing Manufacturers</u>	<u>Apparel &amp; Shoe Stores</u>
1973: IQ	-1.8	8.4	5.7	2.0
IIQ	4.6	7.2	6.2	13.3
IIIQ	9.7	11.4	6.3	12.2
IVQ	10.0	12.1	7.6	14.5
1974: IQ	4.1	10.3	6.8	14.5
IIQ	6.8	10.8	10.2	19.3
IIIQ	8.5	9.9	12.6	10.2

<sup>1</sup>Unit labour costs are total wages and salaries divided by real domestic product

Sources: Statistics Canada, Employment, Earnings and Hours  
(Cat. No. 72-002, Monthly), and Indexes of Real  
Domestic Product by Industry (Cat. No. 61-005, Monthly)

A P P E N D I X   I I I

LIST OF CLOTHING AND FOOTWEAR SURVEY ITEMS

MEN'S WEAR

1. Men's Raincoat  
(full length)
2. Men's Wintercoat  
(full or prevailing  
length)
3. Men's Sports Jacket
4. Men's Business Suit  
(one pair of trousers)
5. Men's Dress Slacks
6. Men's Dress Shirt  
(long sleeves)
7. Men's Work Pants or  
Jeans
8. Men's Knitted Sport Shirt  
(long sleeves)
9. Men's Briefs
10. Men's Nylon Socks

FOOTWEAR

1. Women's Shoe  
pump
2. Women's Shoe  
casual
3. Women's Shoe  
sandal
4. Men's Dress Shoe
5. Men's Casual Shoe

WOMEN'S WEAR

1. Women's Raincoat  
(full length)
2. Women's Winter Coat  
(full length)
3. Women's Winter Coat  
(fur trimmed full length)
4. Women's Two Piece Pant  
Suit
5. Women's Dress  
(street or business dress)
6. Women's Dress  
(party dress)
7. Women's Casual Slacks
8. Women's Sweater
9. Women's Blouse  
(casual blouse)
10. Women's Briefs
11. Women's Panty Girdle
12. Women's Brassiere
13. Women's Pantyhose

PIECE GOODS

1. Solid Broadcloth
2. Sewing Thread







ARTICLES VESTIMENTAIRES FAISANT  
L'OBJET DE L'ENQUÊTE

ANNEXE III

TABLEAU F

ESTIMATION DES COUTS UNITAIRES DE LA MAIN-D'OEUVRE:  
QUELQUES INDUSTRIES<sup>1</sup>

(fluctuations en pourcentage d'une année à l'autre)

	Fabriques de chaussures	Bonnerie	Fabricants de vêtements	Magasins de vêtements et chaussures
1973				
IT	-1.8	8.4	5.7	2.0
IIT	4.6	7.2	6.2	13.3
IIIT	9.7	11.4	6.3	12.2
IVT	10.0	12.1	7.6	14.5

1974	IT	4.1	10.3	6.8	14.5
	IIT	6.8	10.8	10.2	19.3
	IIIT	8.5	9.9	12.6	10.2

<sup>1</sup> Les coûts unitaires de la main-d'oeuvre sont l'ensemble des salaires, divisés par le produit intérieur réel.

Source: Statistique Canada:

Emplois, gains et durée de travail  
(n° de cat. 72-002, mensuel), et Indices du  
produit intérieur réel, par industrie (n° de  
cat. 61-005, mensuel).

# TABLEAU E

MOUVEMENTS RECENTS DES PRIX A DIFFERENTS STADES DE LA PRODUCTION ET DE LA DISTRIBUTION:  
DE LA PEAU A LA CHAUSSURE  
(fluctuations en pourcentage d'une année à l'autre)

	Peaux	Tanneries	Fabriques de chaussures	Chaussures au détail
1972:	IT 32.0	8.7	3.2	2.5
	IIT 68.4	27.1	5.2	2.1
	IIIT 113.1	36.4	5.7	3.7
	IVT 125.7	55.0	9.2	6.3
1973:	IT 75.2	38.1	10.8	6.9
5	IIT 13.0	9.9	12.5	7.3
	IIIT 5.4	8.0	12.6	6.0
	IVT -20.5	-6.4	9.7	6.1
	1974: IT -20.8	1.9	14.0	7.2
	IIT -23.2	11.1	12.4	7.8
	IIIT -35.5	4.6	13.3	7.9

Source: Statistique Canada: Prix et indices des prix (n° de cat. 62-002, mensuel), sept. 1974; et Importations par marchandises (n° de cat. 65-007, mensuel), janvier 1971 à septembre 1974.

- 1 Indice général des prix de gros
- 2 Indice des prix de vente dans l'industrie (taxe de vente fédérale non comprise)
- 3 Indice des prix à la consommation



TABLEAU D (fin)

	Vêtements pour hommes	Corsets et soutiens-gorge	Vêtements pour hommes au détail <sup>3</sup>	Vêtements pour dames au détail <sup>3</sup>
1972	IT	3.7	2.1	3.0
	IIT	3.0	1.8	2.5
	IIIT	3.4	1.7	1.6
	IVT	3.5	1.6	1.5
1973	IT	4.6	3.7	2.8
	IIT	6.3	3.3	4.6
	IIIT	7.3	2.2	5.5
	IVT	10.4	6.9	7.7
1974	IT	14.2	5.9	9.1
	IIT	16.2	7.4	9.5
	IIIT	19.2	11.9	10.2

Source: Statistique Canada: Prix et indices des prix (n° de cat. 62-002, mensuel), sept. 1974; et Importations par marchandises (n° de cat. 65-007, mensuel), janv. 1971 à sept. 1974.

- 1 Indice général des prix de gros
- 2 Indice des prix de vente dans l'industrie (taxe de vente fédérale non comprise)
- 3 Indice des prix à la consommation
- 4 D'après un indice des prix établi par le ministère de la Consommation et des Corporations

TABLEAU D

MOUVEMENTS RECENTS DES PRIX A DIFFERENTS STADES DE LA PRODUCTION: DE LA FIBRE AU VETEMENT  
(fluctuations en pourcentage d'une année à l'autre)

	Coton brut <sup>1</sup>	Laine brute <sup>2</sup> can.	imp.	Fibres artificielles importées	Filature et tissage du coton <sup>2</sup>	Filature de la laine <sup>2</sup>	Tissage de la laine <sup>2</sup>	Fabrication de textiles synthétiques <sup>2</sup>	Bonneterie <sup>2</sup>
1972	IT 13.4	2.3	18.3	1.8	7.3	-0.9	2.2	-2.8	-0.2
	ITT 18.0	17.4	26.6	-2.4	9.0	2.1	1.4	-2.8	0.1
	IIIT 15.4	36.6	39.7	-3.9	8.9	2.6	2.6	-1.7	1.2
	IVT 5.2	115.9	98.2	0.3	7.1	2.6	6.6	-0.2	2.0
1973	IT -0.2	162.2	132.4	-0.5	4.4	47.9	12.5	1.5	4.7
	ITT -4.7	168.1	123.2	12.2	4.5	62.7	21.2	8.8	5.4
	IIIT 14.4	144.9	111.6	15.8	13.8	64.7	22.6	6.7	9.1
	IVT 64.2	39.3	36.8	25.3	35.5	65.7	21.2	8.3	11.5
1974	IT 83.3	9.6	-3.9	19.7	45.9	14.3	18.5	13.7	18.7
	ITT 67.0	-21.8	-21.2	13.8	47.1	-2.0	12.0	13.5	20.3
	IIIT 30.6	-32.8	-35.6	17.8	32.1	-7.0	10.4	17.2	17.2

# CHANGEMENTS RECENTS DE QUELQUES PRIX INDUSTRIELS ET ESTIMATION DES COUTS UNITAIRES DE MAIN-D'OEUVRE

## ANNEXE II

### Prix des matières

Les prix des matières à la sortie d'un stade de la production deviennent le coût des matières au niveau suivant. Comme les matières n'accusent qu'un faible changement, d'un niveau à l'autre, et pendant une courte période de temps, les prix des matières servent à fixer les coûts unitaires. Les tableaux D et E donnent l'évolution récente des changements des prix à la sortie de chaque niveau de production, dans les industries textiles, du vêtement et de la chaussure.

### Coûts unitaires de main-d'oeuvre

Les données utilisées dans ce rapport sont des évaluations fondées sur l'ensemble des salaires et le produit intérieur réel de quelques groupes de fabricants et de détaillants. Le tableau F présente des évaluations des changements survenus récemment dans les coûts unitaires de main-d'oeuvre.

CHANGEMENTS RECENTS DE QUELQUES PRIX INDUSTRIELS  
ET ESTIMATIONS DES COUTS UNITAIRES DE  
MAIN-D'OEUVRE

A N N E X E I I

TABLEAU C

ELEMENTS DES COUTS ET BENEFICES DES VENTES DE CHAUSSURES AU DETAIL  
(en pourcentage)

	1964	1966	1973
Magasins indépendants de chaussures à prix populaires <sup>1</sup>			
Tous genres de chaussures <sup>2</sup>			
Tous genres de chaussures 1-0 <sup>3</sup>			
MCC <sup>2</sup>			
Coût des marchandises canadiennes au prix du fabricant	-	-	36.1
Coût des marchandises importées dédouanées	-	-	14.6
Coût total des marchandises	-	58.3	52.3
Taxe de vente fédérale	-	7.0	6.3
Vente en gros	-	4.0	2.2
Coût total au détail (transport compris)	66.1	70.6	59.2
Salaire; ensemble des coûts et bénéfice brut	33.9	29.4	40.8
Ventes au détail <sup>4</sup>	100.0	100.0	100.0
Salaires et appointements	13.9	16.2	19.6

1 Statistique Canada: Clothing and Piece Goods Stores, Operating Results 1964  
(N° de cat. 63-406).

2 Données établies par le ministère de la Consommation et des Corporations à partir de diverses publications de Statistique Canada.

3 Statistique Canada 1966: Input-Output Data.

4 Taxe de vente provinciale non comprise



- 
- 1 Statistique Canada: Clothing and Piece Goods Stores  
Operating Results 1964 (N° de cat.  
63-406).
  - 2 Données établies par le ministère de la Consommation et  
des Corporations à partir de diverses publications de  
Statistique Canada.
  - 3 Statistique Canada 1966: Input-Output Data.
  - 4 A l'exclusion des taxes de vente provinciales.

TABLEAU B (suite)

	1966		1973	
	Vêtements pour hommes et garçons <sup>3</sup>	Vêtements pour dames et enfants <sup>3</sup>	Tous genres de vêtements <sup>2</sup>	Tous genres de vête- ments <sup>2</sup>
Coût des marchandises canadiennes au prix du fabricant	-	-	51.0	42.8
Coût des marchandises importées dédouanées	-	-	6.2	9.2
Coût total des marchandises	58.0	57.9	57.2	52.4
Taxe de vente fédérale	6.2	6.2	6.9	5.6
Vente en gros	3.1	3.1	3.4	3.1
Coût total au détail (transport compris) Salaire, ensemble des coûts et bénéfice brut	70.1	69.8	67.5	61.1
	29.9	30.2	32.5	38.9
Vente au détail <sup>4</sup>	100.0	100.0	100.0	100.0
Addition Salaires et appointe- ments	-	-	11.6	11.8

TABLEAU B

ELEMENTS DES COUTS ET BENEFICES DES VENTES DE VETEMENTS AU DETAIL  
(en pourcentage)

1964				
	Magasins indé- pendants de vêtements pour hommes	Vêtements pour hommes <sup>2</sup>	Magasins indé- pendants de prêt-à-porter pour dames	Vêtements pour dames <sup>3</sup>
Coût des marchandises canadiennes au prix du fabricant	-	50.9	-	47.8
Coût des marchandises importées dédouanées	-	4.9	-	3.7
4 Coût total des marchandises	-	55.8	-	51.5
Taxe de vente fédérale	-	6.1	-	5.7
Vente en gros	-	1.4	-	3.7
Coût total au détail (transport compris) Salaire, ensemble des coûts et bénéfice brut	68.6	63.3	67.4	60.9
	31.4	36.7	32.6	39.1
Vente au détail <sup>4</sup>	100.0	100.0	100.0	100.0
Addition Salaires et appointe- ments	13.5	12.6	15.1	12.6

TABLEAU A  
ELEMENTS DES COUTS ET BENEFICES DE VENTE:  
QUELQUES INDUSTRIES MANUFACTURIERES  
(en pourcentage)

	Tanneries Chaussures			Fabriques de filés et de tissus			Bonneterie Vêtements			Vêtements	
	coton	laine	pr. synthétiques	coton	laine	pr. synthétiques	pour hommes	pour dames	pour hommes	pour dames	
Salaires	19.4	26.7	17.6	22.8	18.6	21.1	23.5	20.6			
Matieres	59.3	47.1	52.5	36.4	47.3	44.7	45.8	47.1			
Carburant et électricité	1.7	0.4	1.7	1.7	2.6	0.8	0.3	0.2			
Emballage	0.3	1.8	1.2	1.0	1.5	1.7	0.7	0.7			
Travail à forfait	-	0.3	1.0	3.8	2.2	5.2	7.2	8.5			
Matériel d'exploitation, d'entretien et de réparation	2.6	1.4	2.8	3.5	3.0	1.4	0.5	0.5			
Frais généraux de vente et d'administration et bénéfice brut	16.7	22.3	23.2	30.8	24.8	25.1	22.0	22.4			

Valeur des ventes 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0

Source: Statistique Canada:

Recensement de fabrication, Tanneries; Fabriques de chaussures et fabricants de crêpis pour chaussures; Filature et tissage du coton; Filature et tissage de la laine; Fabrication de fibres, filés et tissus artificiels et synthétiques; Bonneterie; Industries des vêtements pour hommes; Industries des vêtements pour dames et enfants, toutes publications de 1972, sauf Filature et tissage du coton, qui est de 1970.

STRUCTURE DES COUTS POUR QUELQUES  
PRODUITS VESTIMENTAIRES  
FABRICANTS ET DETAILLANTS

A N N E X E I

Sans la collaboration empressée des détaillants, Fabricants et Importateurs qui ont participé à l'enquête, cette étude n'aurait pas vu le jour. Ils ont dû y consacrer un temps et des efforts considérables. L'emprisonnement avec lequel la plupart des participants ont accepté de communiquer des renseignements normalement considérés comme confidentiels, mais essentiellement à l'étude, a été particulièrement apprécié. Le fait que trois seulement des 113 détaillants invités à participer à l'enquête n'ont pas présenté de rapport est révélateur de la collaboration obtenue. Au moment de la rédaction de ce rapport, seuls Sayvette Ltd. et Evangelina Shops Ltd. de Toronto, ainsi que Dugger's Men's Wear Ltd. d'Halifax, n'avaient pas retourné les questionnaires. Les fabricants et les importateurs ont fait preuve d'un esprit de collaboration encore plus grand. Toutes les sociétés invitées à participer à l'enquête ont rempli le questionnaire. Nous tenons à signaler que bon nombre d'entre elles se sont réjouies de cette étude et de l'occasion qui leur était faite d'y participer.

Le Ministère souhaite également remercier les "Interviewers" du S.A.C.O. pour leur aide. C'est en partie grâce à leur diligence à la tâche que les participants nous ont envoyé d'aussi bonnes réponses. Nous leur savons gré du vif intérêt qu'ils ont manifesté pendant toute l'enquête.



L'enquête, ainsi que les résultats de l'analyse de l'indice des prix à la consommation, indiquent qu'à la suite de la détassez les avantages pour les consommateurs canadiens ont été assez considérables. Un certain nombre d'articles de vêtements et de chaussures ont connu des réductions de prix appréciables, et de nombreuses augmentations de prix qui, autrement, auraient été inévitables, ont ainsi été évitées. La présente étude et celle de 1973 sur les modifications aux tarifs et à la taxe de vente montrent clairement que les prix de détail réagissent en général aux modifications apportées à la taxe de vente.

Des renseignements ont été présentés sur la structure de l'industrie et sur le comportement des prix, aux résultats de l'enquête et à l'analyse de l'indice des prix à la consommation. La section sur le comportement des prix donne un panorama de la pression des coûts sur le commerce du vêtement et de la chaussure, au moment de la détaxe. L'augmentation des coûts à tous les niveaux de production et de distribution s'est traduite par des prix d'achat plus élevés pour les détaillants et des prix de détail plus élevés pour les consommateurs. Ces pressions "inflationnistes" ont été confirmées par les résultats de l'enquête.

Les données de l'enquête au détail indiquent que les prix d'achat des vêtements et des chaussures ont baissé de 5,2 p. cent après le 16 juillet. Ce pourcentage est le résultat non seulement de la suppression de la taxe, mais également d'un léger fléchissement des profits bruts et de l'augmentation des prix du fournisseur. Il en est résulté une réduction nette de l'ordre de celle qui se serait produite si les prix avaient été réduits du montant de la taxe et que les profits bruts avaient été maintenus aux mêmes niveaux qu'avant le 16 juillet. La réduction aurait probablement été supérieure à 5,2 p. cent sans les augmentations des prix du fournisseur qui ont contrebalancé en tout ou en partie les économies résultant de la suppression de la taxe. La mise en vigueur des réductions de prix a été influencée, en général, par les stocks dont la taxe avait été payée. Leur influence est demeurée sensible pendant toute la durée de l'étude. Dans des cas particuliers, des articles "taxe payée" se vendaient encore au moment de l'enquête, et les réductions de prix traduisant des économies décollant de la détaxe n'étaient pas attendus avant le début de 1975.

L'analyse de l'indice des prix à la consommation pour la période allant de juillet à décembre montre également l'effet positif de la détaxe sur les prix de détail des vêtements et chaussures. Les prix des vêtements et des chaussures touchés par la taxe ont beaucoup moins augmenté que ceux d'autres vêtements, des textiles non destinés à l'habillement et de l'IPC dans son ensemble. Une cette stabilité relativement plus grande des prix ne se soit fait sentir qu'au quatrième trimestre de 1974 ne devrait pas étonner, étant donné que les prix des vêtements et chaussures recueillis par Statistique Canada demeuraient fortement influencés par les stocks dont la taxe avait déjà été payée. L'importation de l'amélioration se voit au fait que le taux d'augmentation de l'indice des articles touchés par la taxe par rapport à l'année précédente a baissé de deux centimes au cours du quatrième trimestre et que le taux d'augmentation n'était que la moitié de celui du quatrième trimestre de 1973.

En conclusion, on peut dire que les prix de détail des vêtements et des chaussures ont réagi positivement à la suppression de la taxe de vente fédérale. La baisse des prix révélée par

à se faire sentir, mais le prix des marchandises taxées dépassait toujours le montant des réductions. Les délais normaux d'écoulement des stocks semblaient avoir été modifiés par une baisse de la demande pendant la seconde moitié de 1974, par rapport à celle des années précédentes.

Les stocks "taxe payée" ont eu un autre effet, dans le sens que leurs prix ont continué d'augmenter pendant la période reflétant l'influence des hausses de prix des fournisseurs qui avaient eu lieu quelques mois avant le 16 juillet. Les hausses de prix des fournisseurs sur les produits détachés ayant eu lieu après le 16 juillet ont eu pour effet de contrebalancer en partie les économies dues à la suppression de la taxe. L'IPC reflète très bien ce phénomène qui ne se traduit que partiellement dans les résultats quantitatifs de l'enquête au détail, puisque les données relatives aux prix des fournisseurs utilisées à cette fin se limitent au premier achat effectué après le 16 juillet.

L'analyse de l'IPC et les résultats quantitatifs de l'enquête au détail montrent que la suppression de la taxe a eu un effet favorable sur le prix des vêtements et des chaussures. Il reste toutefois à éclaircir deux points en ce qui concerne le rapport entre les résultats de l'enquête et l'IPC. Le premier point porte sur la possibilité d'une certaine distorsion des résultats de l'enquête. L'enquête au niveau du détail n'a pas porté sur tous les articles touchés par la taxe, ce qui a pu influencer les résultats d'une façon ou d'une autre. Une comparaison entre l'augmentation du prix de tous les articles de l'IPC touchés par la taxe de juillet à décembre et celle des prix à l'indice des articles faisant l'objet de l'enquête indique l'importance et l'orientation d'une erreur éventuelle. Pendant cette période, les prix de tous les articles touchés par la taxe ont augmenté de 3.0 p. cent. L'augmentation était de 2.7 p. cent. D'après cette comparaison, l'échantillon de l'enquête représentait assez bien tous les articles touchés par la taxe.

Le second point porte sur la baisse du prix absolu indiquée par l'enquête au détail et l'augmentation constante des prix démontrée par l'analyse de l'IPC. La baisse moyenne des prix, indiquée dans les résultats de l'enquête, ne s'applique qu'aux vêtements et chaussures non touchés par la taxe. De plus, les données qui ont servi à calculer l'ampleur de ce changement portent précisément sur les changements de prix de vente effectués par les détaillants au moment du premier achat après la détaxe. Autrement dit, la baisse moyenne des prix est une indication de la réaction du détaillant suite à la détaxe. De par sa nature même, elle ne reflète pas les prix des marchandises dont la taxe a été payée, pas plus qu'elle ne comprend les ajustements de prix effectués sur ces mêmes produits par le détaillant après la suppression de la taxe.

L'IPC présente une gamme de prix beaucoup plus étendue que celle de l'enquête, puisqu'il comprend les prix des vêtements et chaussures "taxe payée" et de ceux non touchés par la taxe. Ainsi que nous l'avons déjà dit, les stocks dont l'indice pendant plusieurs mois a été payé ont totalement dominé l'indice pendant plusieurs mois après le 16 juillet et leur influence fut encore importante jusqu'à la fin de novembre. Par conséquent, pendant cette période, les réductions de prix dues à la suppression de la taxe sont passées complètement inaperçues. Dans le même temps, les effets de telles réductions sur l'indice commençaient

1 Il s'agit d'une période de cinq mois, par rapport à celle de six mois (juin à décembre) pour laquelle les données trimestrielles ont été indiquées aux tableaux 4 et 5.

TABLEAU 5  
INDICES DES PRIX A LA CONSOMMATION DES VETEMENTS  
TOUCHES PAR LA DETAXE

	Vêtements pour femmes	Vêtements pour hommes	Chaussures pour adultes	Marchandises à la pièce	Tous les articles touchés par la taxe
A. Changement trimestriel en pourcentage:					
1973: IIT	2.9	3.1	1.7	1.8	2.8
IIIT	0.8	0.7	1.1	0.9	0.8
IVT	4.8	3.8	3.2	0.6	4.0
36 1974: IT	1.0	1.4	1.5	1.7	1.2
IIT	1.9	3.5	1.7	2.8	2.6
IIIT	1.2	1.4	0.9	3.2	1.2
IVT	1.7	2.9	1.3	1.8	2.0
B. Changement en pourcentage par rapport à l'année précédente:					
1974: IT	9.7	9.2	7.7	5.1	9.0
IIT	9.7	9.7	7.6	6.2	8.0
IIIT	9.2	10.4	7.4	8.7	9.2
IVT	6.0	9.5	5.5	9.9	7.2

Le tableau 5 montre les mouvements des prix dans les principales catégories des indices touchés par la taxe. Comme on peut le voir, l'amélioration au dernier trimestre se reflète dans tous les indices des diverses catégories de vêtements. La seule exception est le prix des marchandises à la pièce dont le coût des matières représente une plus grande partie du coût total que dans le cas des vêtements et des chaussures.

Il semble certain que le pourcentage de l'augmentation annuelle de l'indice touché par la taxe aurait été supérieur sans la suppression de la taxe. Si l'on compare l'amélioration de l'indice touché par la taxe au dernier trimestre de 1974 et aux taux d'augmentation de l'indice aurait atteint au moins 3 p. cent de plus.



COMPARAISON ENTRE L'IPC POUR LES ARTICLES TOUCHES  
PAR LA TAXE ET DIVERS INDICES

TABIEAU 4

Vêtements	IPC			
	IPC	Articles textiles (vêtements exclus) <sup>3</sup>	Tous les articles IPC des vêtements	Tous les articles IPC des vêtements aux E.-U. <sup>4</sup>

A. Changement trimestriel en pourcentage:

1973: IIT	2.8	-0.2	2.0	2.3
1973: IIIT	0.8	1.4	1.9	2.8
1973: IVT	4.0	2.6	1.5	1.8
1974: IT	1.2	3.0	4.2	2.4
1974: IIT	2.6	4.6	4.4	3.3
1974: IIIT	1.2	3.4	4.0	3.0
1974: IVT	2.0	3.0	2.9	2.7

B. Changement en pourcentage par rapport à l'année précédente:

1974: IT	9.0	n.a. <sup>5</sup>	10.0	9.6	5.0
1974: IIT	8.9	12.1	12.5	10.7	5.8
1974: IIIT	9.2	14.2	14.8	11.0	7.2
1974: IVT	7.2	14.7	16.3	12.0	7.8

1 Vêtements et chaussures pour adultes et marchandises à la pièce.

2 Accessoires d'habillement pour adultes, vêtements et chaussures pour enfants et services vestimentaires.

3 Linge de maison et tentures.

4 Pour les articles correspondants à ceux touchés par la détaxe au Canada.

5 Les prix des accessoires n'ont été examinés qu'à partir du deuxième trimestre de 1973.

Les mouvements pertinents des prix de l'indice des prix à la consommation (IPC) sont présentés et analysés dans la présente section afin de donner une meilleure vue d'ensemble des effets de la détaxe sur les prix, que ne donnent les résultats de l'enquête considérés par eux-mêmes. A cette fin, il a été nécessaire de séparer les prix modifiés par la détaxe de ceux qui ne l'ont pas été.

En ce qui concerne les vêtements, les éléments de l'IPC ont donc été regroupés en deux catégories, celle des articles touchés par la détaxe et celle de tous les autres articles.

Changements de prix des vêtements et  
chaussures touchés par la taxe

Les augmentations continues, en 1974, de l'IPC pour les articles touchés par la taxe n'ont rien de surprenant si l'on tient compte du mouvement général d'inflation et surtout de la hausse des coûts influant sur les prix des vêtements et chaussures. Toutefois, le taux annuel d'augmentation du prix des articles touchés par la taxe a accusé une baisse très sensible pendant le dernier trimestre de 1974, passant de 9.2 p. cent au troisième trimestre à 7.2 p. cent au dernier trimestre. De plus, l'augmentation trimestrielle à la fin de 1974 n'était que la moitié de celle du dernier trimestre de 1973. Cette amélioration des prix contraste très nettement avec les changements de prix des autres vêtements et textiles, ainsi qu'avec l'IPC pour tous les produits. Le tableau 4 présente une comparaison des changements de prix des articles touchés par la taxe et des changements de ces autres prix, ainsi que les changements, aux Etats-Unis, dans l'indice des prix à la consommation en ce qui concerne des articles correspondant à ceux touchés par la détaxe au Canada. Chacun des indices, sauf ceux des articles touchés par la taxe, indique au quatrième trimestre de 1974 une augmentation supérieure à celle de 1973 et une augmentation par rapport à l'année précédente plus importante au quatrième trimestre qu'au troisième.

Il fallait s'attendre à ce que le taux d'augmentation des prix touchés par la taxe n'indique aucune réaction à la détaxe entre le deuxième et le troisième trimestre. Les prix pour l'indice de juillet ont été recueillis par statistique Canada avant la suppression de la taxe, alors que ceux pour août et septembre l'ont été quand les prix étaient encore fortement influencés par les stocks dont la taxe avait été payée. En dépit de l'amélioration du prix du dernier trimestre, l'influence des stocks "taxe payée" n'en continue pas moins à se faire sentir.

On peut ainsi les considérer comme une approximation raisonnable d'un échantillon beaucoup plus étendu de réactions choisies au hasard. Bien que la participation à l'enquête ait été libre, les participants avaient reçu des consignes bien précises concernant le choix des articles à étudier. Les entrevues faites par le S.A.C.O. ont permis de s'assurer que les données fournies étaient aussi complètes et précises que possible. Le Ministère, pour les quelques cas où les données nécessitaient des précisions, a poursuivi les choses en demandant des éclaircissements.

L'échantillon de fabricants et d'importateurs visait essentiellement à vérifier les données fournies par les détaillants sur l'augmentation des prix du fournisseur et à déterminer les facteurs de cette hausse. Fondé sur le critère de choix déjà décrit, l'échantillon couvrait environ 23 p. cent des 175 fournisseurs qui, selon les données, avaient augmenté leur prix.

Pour finir, quelques remarques s'imposent sur l'étendue de l'enquête. L'on remarquera que l'échantillon au niveau des détaillants ne couvrait qu'un nombre relativement restreint d'entreprises, mais leurs ventes de vêtements et de chaussures représentent quelque 36 p. cent des ventes totales au Canada. Afin d'assurer une bonne représentation, il était important d'inclure la plupart des grands magasins et des chaînes de magasins du pays, vu le rôle prédominant qu'ils ont dans le commerce au détail. Si l'échantillon ne comprend pas tous les articles visés par la taxe, il les représente néanmoins de façon générale, comme il est indiqué dans la prochaine section. L'indice des prix à la consommation. Les 1,023 annexes utilisées pour l'analyse quantitative fournissent des exemples représentatifs de la politique des prix des détaillants suite à la suppression de la détaxe.

Il semblerait également que les stocks "taxe payée" aient encore une incidence au moment de l'enquête, en dépit du fait que certains fabricants ont signalé des expéditions aux détaillants inférieures à la moyenne pour la période allant du 6 mai, date de la présentation du budget, au 16 juillet, date de la détaxe. Toutefois, il est certain que de nombreux détaillants ont commencé la période suivant la détaxe avec d'importants stocks "taxe payée". La présence de ces stocks, liée à une certaine baisse de la demande chez le public, semble avoir ralenti le processus normal d'écoulement des stocks. La baisse des prix de détail n'a pu avoir lieu avant qu'une solution satisfaisante au problème des stocks ne soit trouvée.

Les augmentations des prix du fournisseur ont exercé une influence considérable sur la réduction du prix d'un grand nombre des articles étudiés. D'après les données de l'enquête au détail, les augmentations des prix du fournisseur étaient fréquentes en 1974. L'augmentation moyenne de 3.5 p. cent des prix du fournisseur révélée par l'analyse quantitative laisse entrevoir les augmentations de prix au moment du premier achat après le 16 juillet. Le pourcentage d'augmentation moyenne minimale, en partie, l'importance des augmentations des prix du fournisseur, car de nombreux résultats de l'enquête au niveau des fabricants et des importateurs corroborent en grande partie les renseignements fournis par les détaillants à cet égard. Tous les fabricants participants indiquent qu'ils ont augmenté leurs prix de vente à un moment donné en 1974. Dans bien des cas, les prix de vente ont été révisés plus d'une fois dans l'année par suite de l'augmentation des coûts. Les renseignements obtenus des importateurs, bien que moins complets que ceux fournis par les fabricants sur les augmentations de leurs prix de vente avant le 16 juillet, montrent que nombre de prix ont été rajustés à plusieurs reprises au cours de l'année.

TABLEAU 3

FACTEURS CONTRIBUANT AU CHANGEMENT DU PRIX DE DÉTAIL

Composants du prix de détail	Changement en pourcentage	Part du changement du prix de détail <sup>1</sup>	Contribution en % au changement du prix de détail
Prix du fournisseur	3.5	1.5	28.8
Frais divers	0	0	0
Taxe de vente	-100.0	-5.2	100.0
<hr/>			
Coût unitaire	-6.9	-3.7	71.2
Bénéfices bruts	-2.9	-1.5	28.8
<hr/>			
Prix de détail	-5.2	-5.2	100.0

<sup>1</sup> Fondée sur la part composante du prix de détail avant le 16 juillet.

Des résultats de l'enquête, on peut tirer trois grandes conclusions. En premier lieu, les réductions des prix de vente semblaient avoir été assez considérables sur les marchandises achetées après le 16 juillet, au niveau tant du détaillant que de l'importateur. Deuxièmement, les réductions sur les stocks "taxe payée" ont été le fait de quelques détaillants seulement. Enfin, les augmentations des prix de vente à la fabrication semblent résulter de la hausse des coûts.

Les résultats de l'analyse quantitative des données au niveau de détail ne sont pas inattendus étant donné les divers facteurs, décrits auparavant, qui ont exercé une influence considérable sur la politique des prix de vente. L'analyse montre que les prix de vente au détail ont baissé de 5.2 p. cent, que le bénéfice brut en dollars a baissé de 2.9 p. cent et que les prix des fournisseuses ont augmenté de 3.5 p. cent. Les données tirées des résultats quantitatifs sont résumées au tableau 3 qui montre également la contribution, sous forme de pourcentage, de chaque élément à la réduction des prix de vente au détail.

L'objectif déclaré de nombreux détaillants de maintenir ou d'accroître leurs bénéfices bruts en dollars n'a pas été atteint. Les bénéfices bruts en dollars ont baissé pour les articles en question, ce qui a contribué pour 1.5 p. cent à la réduction des prix de détail. Les augmentations des prix du fournisseur annulent partiellement la baisse de bénéfices et l'épargne des coûts due à la détaxe. Les résultats de l'enquête n'apportent pas d'explication à la diminution des profits bruts. Plusieurs facteurs ont pu jouer, mais le désir des détaillants de maintenir leurs volumes de vente face à une baisse de la demande y est certainement pour quelque chose.

Il est intéressant de noter que la réduction de 5.2 p. cent (résultant de l'augmentation des prix du fournisseur, de la baisse de bénéfices et de la détaxe) ne diffère guère de la moyenne de 5 p. cent à laquelle nous sommes arrivés auparavant, sur la base de 11.2 p. cent de taxe et de 100 p. cent de majoration. En fait, la majoration se montait à 93.4 p. cent avant la détaxe.

La réduction moyenne des prix indiquée par les données quantitatives traduit une réaction généralement positive à la suppression de la taxe de la part des détaillants qui ont participé à l'enquête. Cela signifie, naturellement, que certains détaillants ont réduit leurs prix de vente, pour divers vêtements et chaussures, d'un montant supérieur à celui de la taxe. Les réductions des prix par les autres détaillants varient selon les articles examinés. Les prix de certains d'entre eux étaient réduits d'une somme équivalant exactement au montant de la taxe, alors que les prix d'autres articles étaient les mêmes qu'avant le 16 juillet. Une différence négligeable sépare la détermination des prix pour les produits fabriqués au pays et ceux qui ont été importés.



main-d'oeuvre directs découle des conventions de travail signées récemment et qu'il accorde d'importantes hausses du salaire de base, des avantages sociaux et du coût de la vie. Un certain nombre de fabricants mentionnent l'impact des augmentations sur le salaire minimum reconnu par divers gouvernements provinciaux.

Les déclarations indiquent qu'en général les importateurs participants ont réduit le montant de la détaxe du prix des marchandises importées après le 16 juillet. Cela ne veut pas forcément dire que tous les prix de vente aient baissé, car les augmentations de frais dépassent en partie, sinon complètement, la détaxe. Pour ce qui est de la marchandise "taxe payée", plus de la moitié des importateurs déclarent ne pas avoir baissé leurs prix.

Les importateurs mentionnent fréquemment la majoration des frais d'expédition dans leurs déclarations. La hausse du prix des marchandises a été particulièrement remarquable dans le cas d'importations venant de certains pays européens. Par contre, le coût des produits venant d'Extrême-Orient n'a que très peu changé. Pour certains importateurs, la hausse des prix d'achat dans le pays d'origine a été particulièrement forte ces dernières années. Un importateur de chaussures signale quatre augmentations affectant une seule ligne de produits pendant la période avril 1974 - janvier 1975. L'augmentation du fret, particulièrement du fret aérien, est un autre facteur qui a contribué à la hausse des frais d'expédition. Plusieurs importateurs signalent des augmentations de 20 à 25 p. cent l'année dernière. Enfin, les augmentations de frais de main-d'oeuvre et de financement sont également signalées par les importateurs.

pas assez précis pour permettre d'identifier le produit. Toutefois, les deux fabricants ont déclaré qu'aucune augmentation n'avait été faite après le 16.

Sept importateurs devaient fournir des renseignements sur les prix de vente des vêtements et des chaussures importés mentionnés dans les réponses des détaillants. Ils ont été choisis parce que d'après les données de l'enquête au détail, il n'avait été question d'aucune baisse importante du prix de vente après la suppression de la taxe. Trois importateurs ont pu prouver que l'épargne suscitée par la taxe était plus que dépassée par la hausse du coût des marchandises importées. Un quatrième importateur a démontré que la baisse du prix équivalait approximativement à la taxe. Un cinquième a déclaré que la faible réduction du prix du produit en question ne reflétait pas sa politique de prix de vente à la suite de la suppression de la taxe. D'après les renseignements qu'il nous a fournis, la réduction moyenne sur une vaste gamme de vêtements importés équivalait approximativement au montant de la taxe. L'un des deux détaillants importateurs n'a pu identifier le produit dont il était question dans les renseignements donnés par le détaillant et l'autre a déclaré que le produit était fabriqué au Canada. Les deux importateurs ont fourni des données précises montrant que la taxe avait été déduite du prix des autres produits.

#### Politique des prix après le 16 juillet

Les données de l'enquête indiquent que la plupart des fabricants ont majoré leurs prix de vente en 1974. Dans certains cas, les prix ont été modifiés plus d'une fois dans l'année. De plus, les déclarations montrent qu'environ la moitié des fabricants ont augmenté certains prix après le 16 juillet. L'importance des majorations varie à la fois selon les fabricants et selon les différentes lignes de produits d'un même fabricant, pouvant aller jusqu'à 10 p. cent. La date de ces majorations varie également selon les fabricants. Quatre d'entre eux déclarent que les prix de vente ont été modifiés pour toutes les lignes de produits ou seulement quelquefois, pendant la période allant de juin à septembre. Toutefois, dans la plupart des cas, les augmentations ont été faites plus tard dans l'année. Les données indiquent que les dates correspondent généralement aux pratiques personnelles du fabricant quant aux périodes de changement de prix. Les majorations de prix sont invariablement justifiées par la hausse des coûts. La plupart des fabricants déclarent que tous les éléments des coûts-ont connu une augmentation considérable pendant l'année. On parle fréquemment d'augmentations d'environ 15 p. cent, touchant à la fois les coûts de main-d'œuvre et des matériaux en général. Les frais d'exploitation, d'entretien, d'administration et de financement ont également enregistré des augmentations. L'augmentation des coûts de

Les données de l'enquête au niveau des détaillants indiquent que le prix des fournisseurs a augmenté pour 365 des 1,023 articles d'habillement signalés. La moyenne d'augmentation de 3.5 p. cent, indiquée par les résultats de l'enquête, représente le pourcentage de changement du prix de tous les articles. La moyenne de majoration des 365 articles en particulier se chiffre à 10.1 p. cent. Ces articles étaient fournis par 175 des 408 fournisseurs indiqués dans les déclarations des détaillants.

Quarante de ces 175 détaillants ont été choisis pour une enquête conduite selon les critères de la section Enquête. Tel que mentionné auparavant, 9 autres importateurs ont été ajoutés, élevant ainsi à 49 le nombre de firmes consultées. Dans la plupart des cas, les prix des fournisseurs indiqués par les détaillants ont été confirmés par les fabricants et importateurs en question.

Il a déjà été signalé que les augmentations n'avaient pas toutes eu lieu après le 16 juillet. Le fait qu'une augmentation n'a été ressentie par un détaillant qu'après le 16 juillet n'a rien de surprenant, compte tenu de la pratique normale du fabricant de fixer ses prix bien avant qu'ils n'entrent en vigueur. Un fabricant peut très bien annoncer, en mars, une augmentation qui ne s'appliquera qu'à la période juillet-décembre. Le détaillant à qui l'on a commandé un article avant le 1er juillet et un autre identique après le 16 juillet, remarquera naturellement une augmentation entre les deux dates. De fait, 19 des 33 fabricants interrogés étaient en mesure de prouver que les majorations signalées par les détaillants avaient été mises en vigueur avant le 16 juillet et qu'aucune augmentation des prix du fournisseur ne s'est produite après cette date.

Six autres fabricants ont indiqué que les augmentations avaient été mises en vigueur avant le 16. Toutefois, dans les 6 cas, le fabricant a signalé qu'une autre majoration avait eu lieu après cette date. Chaque fois, la majoration des prix a été justifiée par la hausse des coûts, avec documents à l'appui. Quatre fabricants ont déclaré que l'augmentation indiquée dans les données avait été mise en vigueur après le 16 juillet et ont donné la même justification, avec documents à l'appui. Deux autres ont également indiqué qu'elle avait été mise en vigueur au environs du 16. Ils ont déclaré tous deux que les changements avaient été prévus avant le 16 et que la date de leur mise en vigueur ne faisait que se conformer aux habitudes de changements de prix. Ces déclarations étaient accompagnées de documents justificatifs. Dans les deux derniers cas, les renseignements fournis par les détaillants n'étaient

Avant de fixer son prix de vente, le fabricant de vêtements ou chausssures doit d'abord déterminer l'objectif de son profit net, le volume de vente et les frais de production. Il faudra tenir compte à la fois des frais actuels et de ceux qui pourront s'ajouter au cours du cycle de production. Le coût total comprend les frais directs (main-d'oeuvre et matières) et les dépenses indirectes tels les frais généraux d'exploitation, d'amplification, de vente et de financement. De nombreux participants ont indiqué que les frais indirects, plus la marge de profit, se montent à 50 p. cent des frais directs (main-d'oeuvre et matières).

Pour les importateurs de vêtements et de chausssures, les coûts comprennent "les frais d'expédition", d'entrepôt et de distribution au Canada. Les dépenses de vente et les pertes causées par les fluctuations de la monnaie entrent aussi en ligne de compte. Par "frais d'expédition", il faut entendre le prix de vente des fournisseurs étrangers, les droits d'importation, le fret et les frais d'assurance et de courtage. Les importateurs ajoutent en général un pourcentage pour arriver au profit brut nécessaire pour couvrir les frais de distribution et parvenir à un bénéfice net. Ces pourcentages d'augmentation varient de 22 p. cent pour certains articles à 100 p. cent pour d'autres. D'après l'enquête, ils vont souvent de 50 p. cent à 70 p. cent.

Les fabricants comme les importateurs ont indiqué que la concurrence était un facteur déterminant pour fixer les prix. Les fabricants subissent la concurrence des importateurs et des autres fabricants de vêtements et de chausssures. A en juger d'après l'enquête, la concurrence des produits importés serait la plus forte. Pour les importateurs, le phénomène inverse se produit: il s'agit des produits fabriqués localement ou importés par d'autres. D'après les compagnies interrogées, les objectifs de prix de vente et les bénéfices qu'ils traduisent doivent être révisés de temps en temps afin de rester compétitifs. Les objectifs de bénéfices généraux sont néanmoins atteints s'il y a équilibre entre un bénéfice inférieur à la normale sur une série d'articles et un profit supérieur sur d'autres.

La question du "pricing point" a été mentionnée à la fois par les fabricants et les importateurs. La demande du consommateur pour un produit en particulier pourrait être affectée si des mesures prises par le fabricant ou l'importateur obligeaient le détaillant à fixer ses prix à un niveau plus élevé. Afin d'éviter une telle situation, le fabricant prévoira, pour une période de temps limitée, une marge bénéficiaire inférieure, espérant maintenir à long terme sa moyenne de bénéfices. Afin de maintenir les mêmes niveaux de prix de détail, d'autres fabricants ont indiqué qu'ils réduisent les frais en modifiant le mode d'un produit ou en y substituant des matériaux moins chers.



## Résultat de l'enquête

Des formulaires dûment remplis nous sont parvenus des 33 fabricants et des 16 importateurs compris dans l'échantillon. Comme les détaillants, plusieurs fabricants y avaient joint des rapports annuels, exposés financiers, listes de prix et autres documents. Pour leur part, de nombreux importateurs ont fourni des copies de factures venant de fournisseurs étrangers, d'autres envoyées à des clients détaillants et des listes de prix. D'une manière générale, les formulaires étaient bien remplis, accompagnés de commentaires détaillés de la part de certaines firmes sur la récente augmentation des prix et l'impact, réel ou éventuel, sur les prix de vente.

## Méthodes d'établissement des prix

On a demandé aux fabricants et aux importateurs de faire une brève description de leurs méthodes d'établissement des prix de vente. Les renseignements obtenus en réponse à cette question générale sont résumés ci-dessous. De même que le résumé sur l'enquête au niveau des détaillants, il ne s'applique pas nécessairement à un fabricant ou un importateur en particulier.

Les prix de vente de nombreux fabricants suivent en général un schéma saisonnier, la période "printemps-été" allant du 1er janvier au 30 juin, et la période "automne-hiver" du 1er juillet au 31 décembre. Divers importateurs ont également indiqué que les prix de vente de certains de leurs articles suivent les prix en cours de saison, il semblerait, d'après les réponses qu'ils soient prêts à le faire en cas de grosses augmentations de frais imprévues.

Les prix sont normalement fixés quelques mois avant la saison où ils entrent en vigueur selon les engagements pris auparavant avec les détaillants. Un certain nombre de fabricants ont signalé que les prix de la période automne-hiver étaient établis et publiés dans le commerce au détail en mars ou avril, parfois avant. Ce régime ne s'applique pas à toutes les marchandises. Parfois les prix sont fixés à l'arrivée d'une nouvelle ligne de produits ou quand des commandes spéciales sont faites. Les réponses indiquent que des changements de prix ont eu lieu au milieu de la saison plus souvent que les autres années à cause de la difficulté pour les fabricants de prévoir toutes les augmentations de frais qui ont eu lieu récemment.

TABLEAU 2

DISTRIBUTION PAR MOIS DES REDUCTIONS DE PRIX

(en pourcentage)

Mois	Mensuel	Cumulatif
Juillet	24.1	24.1
Août	28.0	52.1
Septembre	25.5	77.6
Octobre	15.5	93.1
Novembre	6.9	100.0

L'on a également cherché à déterminer, d'après les annexes, jusqu'à quel point les épargnes de coûts dues à la taxe ont été transmises aux consommateurs par les détaillants. Cette étude a révélé que la réduction des prix de 65 p. cent des articles en question était égale ou supérieure à la réduction des coûts unitaires. Les prix de détail de 13 p. cent des articles n'ont pas été baissés parce que les augmentations de prix des fournisseurs dépassaient entièrement les réductions de coûts unitaires. La réduction des prix de 22 p. cent des articles était inférieure à la baisse des coûts unitaires. De plus, d'après l'étude, 39 p. cent des détaillants participants ont transmis, sur tous les articles, la réduction des coûts unitaires; 56 p. cent ne l'ont transmise que sur la moitié ou plus des articles, et 5 p. cent sur moins de la moitié.



TABLAU 1  
POURCENTAGE MOYEN DE CHANGEMENT DES COÛTS, PROFITS  
ET PRIX AU DÉTAIL PAR GRANDES CATEGORIES<sup>1</sup>

	Grandes Catégories				
	Vêtements pour hommes	Vêtements pour femmes	Chaussures	Marchandise à la pièce	Total
Prix du fournisseur	3.5	2.8	4.2	12.8	3.5
Autres frais	0.6	-1.2	1.6	0	0
Coûts unitaires	-6.7	-7.3	-6.7	0.7	-6.9
Bénéfices bruts	-2.3	-3.3	-3.4	-2.7	-2.9
Prix au détail	-5.0	-5.6	-5.2	0.2	-5.2

22

Comme l'indique le tableau, les prix du fournisseur ont augmenté en moyenne de 3.5 p. cent, les profits bruts en dollars sont tombés de 2.9 p. cent et les prix de détail ont fléchi de 5.2 p. cent. Il convient de souligner que cette baisse de 5.2 p. cent représente des réductions de prix individuelles qui se sont produites à des moments divers au cours de la période du 16 juillet au 30 novembre. La distribution par mois des réductions de prix se présente comme suit:

---

<sup>1</sup>La contribution des changements de coûts et de bénéfices à la modification des prix de détail est exposée dans la section sur "l'Évaluation des résultats de l'enquête".

premier achat d'un article en particulier effectué, par les détaillants, après la suppression de la taxe. Les annexes indiquent également les dates auxquelles les changements de prix sont entrés en vigueur pour les articles en question.

L'analyse quantitative fut basée sur 1023 formules détaillées fournies par 95 des 113 participants<sup>1</sup>. Le pourcentage des changements des prix de vente, des coûts unitaires, des prix des fournitures et autres frais<sup>2</sup> a été calculé d'après les données fournies pour chaque article avant et après la détaxe. La moyenne du pourcentage de changements pour chacun d'entre eux a été établie séparément pour chaque grande catégorie et par unité a été calculée d'après les données de prix et de coût en vigueur avant et après le 16 juillet, pour chaque article. De même que pour les coûts et les prix de vente, le pourcentage des changements a été calculé séparément pour chaque grande catégorie et pour tous les articles ensemble. Les résultats de l'analyse sont présentés dans le tableau suivant:

<sup>1</sup> Environ 90 p. cent des participants ont répondu avant le 15 décembre. L'analyse quantitative avait alors atteint un point tel qu'ajouter les quelques réponses qui restaient aurait induit retardé la fin de ce travail.

<sup>2</sup> Par "autres frais", il faut comprendre les frais de transport, de poste et d'entrepôt.

de 5 p. cent plutôt que de 5.4 p. cent. De plus, la majoration initiale sera légèrement supérieure ou inférieure à celle de 100 p. cent appliquée dans l'exemple. Les prix de détail seraient quelque peu supérieurs ou inférieurs à 5 p. cent selon que la majoration sera inférieure ou supérieure à 100 p. cent.

Le fait que des stocks dont la taxe avait été payée avant la suppression ne soient pas encore écoulés a déjà été mentionné en tant que facteur influant grandement sur le moment des réductions de prix de vente. C'est une raison qu'on donne souvent pour expliquer le fait que les prix n'aient pas été réduits immédiatement après le 16 juillet. L'importance de ces stocks varie selon les détaillants. Dans certains cas, les stocks n'étaient importants que pour quelques articles en particulier. Dans d'autres, toutefois, il s'agissait d'une grande partie du stock d'autome du détaillant. Diverses démarches ont été adoptées par les détaillants pour fixer les prix de ces stocks.

D'abord un petit nombre de détaillants ont simplement attendu l'écoulement normal de la marchandise avant de baisser les prix. La période de renouvellement des stocks étant de trois à quatre mois, cela veut dire qu'il n'y a eu aucun rabais avant la fin d'octobre ou le mois de novembre, au plus tôt. Ensuite, nombre de détaillants ont prétendu qu'ils ne pouvaient pas réduire le prix de vente avant d'avoir atteint l'équilibre entre les marchandises "taxe payée" et "exempts de taxe." De sorte que la réaction au prix de vente est fonction du moment où l'on a atteint l'équilibre des stocks et, dans bien des cas, on n'y est parvenu qu'à la fin de l'autome. Dans d'autres cas, on n'avait pas écoulé le stock ni obtenu cet équilibre au moment de remplir le questionnaire. Enfin, un petit nombre de détaillants ont immédiatement baissé leurs prix de vente même sur les articles dont la taxe avait été payée.

## Résultats quantitatifs

Les questionnaires avaient pour but de recueillir des renseignements généraux sur la politique de prix des détaillants à la suite de la dette, avec exemples à l'appui, dans des annexes aux questionnaires. Les questionnaires nous ont fourni des renseignements généraux sur les produits vestimentaires dont la taxe avait été payée ou pas, et les annexes fournissaient des données sur les coûts et les prix de vente, avant et après la dette, pour des articles achetés au fournisseur après le 16 juillet. Les données sur les marchandises détachées ont été analysées afin de donner une idée d'ensemble de la réaction des participants. Ces données se rapportaient plus précisément au

nécessairement se limiter au montant en dollars de la taxe, à cause de la nécessité de maintenir leurs bénéfices bruts tels qu'ils étaient avant le 16. Toute réduction supérieure, ont-ils souligné, rognerait sur les recettes générales de vente requises pour assurer une exploitation viable.

La nécessité exprimée par les détaillants de maintenir leurs bénéfices bruts, tels qu'ils étaient avant le 16 juillet à une grande incidence sur l'importance de la baisse des prix de détail que l'on aurait pu attendre à la suite de la détaxe. Si les bénéfices bruts étaient maintenus, la réduction pourrait atteindre 5.4 p. cent, si l'on suppose une majoration de 100 p. cent avant la détaxe.

Prenons un exemple :

Avant la détaxe		Après la détaxe	
Bénéfice brut estimé			
nécessaire pour couvrir les			
frais généraux, administratifs			
et de vente, et donner le			
bénéfice net souhaité	\$112.00		\$112.00
Prix de vente au fabricant	100.00		100.00
Taxe fédérale de vente	12.00		0
Prix de détail	\$224.00		\$212.00

D'après cet exemple, on peut voir que si les bénéfices bruts doivent être maintenus tels qu'avant la détaxe, la réduction du prix de détail ne peut dépasser le montant de la détaxe. Ci-dessus le prix original de \$224 a été réduit de \$12, soit environ 5.4 p. cent.

Le taux de 12 p. cent de la taxe et la majoration de 100 p. cent n'ont été choisis qu'à titre d'exemple. Ainsi qu'il a déjà été dit le taux réel de la taxe sur les ventes au détail de vêtements était de 10.8 p. cent. On estime que ce taux de 10.8 p. cent s'appliquait aux 2/3 des articles vestimentaires vendus au Canada et celui de 12 p. cent au reste. Ce qui donne une moyenne de 11.2 p. cent pour tous les vêtements. Puisque ce taux est quelque peu inférieur à celui de 12 p. cent appliqué dans l'exemple ci-dessus, la réduction moyenne correspondante sur les prix de détail serait

On a demandé aux détaillants de décrire, en termes généraux, les mesures qu'ils avaient prises quant à leurs prix, suite à la suppression de la taxe de vente. Des questions précises portaient sur les raisons pour lesquelles les prix n'avaient pas été réduits quand il le fallait, et l'opportunité des réductions, y compris la politique à l'égard des marchandises dont la taxe avait été payée ou pas. Les participants ont indiqué plusieurs facteurs importants influant sur la détermination des prix. Cela comprend des augmentations du prix des fournisseurs, le désir d'exprimer et maintenir les marges de profit, les problèmes associés aux stocks pour lesquels la taxe a été payée, les prix des compétiteurs et les prix de détail suggérés par les fabricants.

L'augmentation du coût des marchandises achetées après le 16 juillet est un thème qui revient sans cesse dans les réponses de l'enquête. Pour nombre de détaillants, la majoration de prix effectuée par les fournisseurs a plus ou moins contrebalancé la réduction des coûts unitaires qui se serait produite pour nombre d'articles par suite de la suppression de la taxe. Cela ne veut pas dire que toutes les majorations de prix effectuées par les fournisseurs dont parlent les détaillants ont été effectivement mises en vigueur après la suppression de la taxe. Dans bien des cas, elles apparaissent quelques mois plus tôt. Cette question est plus amplement exposée dans la section "Enquête au niveau des fabricants et des importateurs". On nous suffit de dire, pour l'instant, que l'augmentation des prix des fournisseurs a contrebalancé, jusqu'à un certain point, les effets bénéfiques de la suppression de la taxe.

Un autre facteur qui a influé sur la détermination des prix a été le désir d'exprimer de maintenir ou même d'augmenter les marges bénéficiaires brutes en dollars afin de régler les frais d'administration et de vente toujours croissants et de conserver les profits nets en dollars de l'ensemble de l'entreprise. Comme nous l'avons déjà noté, la pratique de la majoration comme pourcentage du prix d'achat de la marchandise vise à fournir les recettes de vente voulues pour couvrir les frais et donner le bénéfice brut. Avant le 16 juillet, les taxes de vente faisaient généralement partie du prix auquel la majoration était appliquée. Bien des participants ont déclaré que la réduction du prix de vente doit

Le coût unitaire comprend le prix du fournisseur, la taxe de vente et divers autres frais (transport, par ex.). Les frais généraux et de vente ne sont pas compris.



parfois ceux qui ont été conseillés par le fournisseur, surtout dans le cas des marques connues d'un bout à l'autre du pays. Le prix de détail suggéré fournit au marchand une majoration calculée à l'avance; il est souvent déjà imprimé par le fabricant sur l'emballage ou l'étiquette de vente du produit.

Il y a une autre question qui a trait à l'établissement des prix de vente au détail et qui occupe une place importante dans le présent rapport; il s'agit des stocks. Dans le cas de stocks considérables, les prix de vente ne reflètent pas les changements des prix du fournisseur tant que les stocks acquis aux nouveaux prix se comparent à ceux qu'on a achetés à l'ancien prix. Les participants à l'enquête ont maintes fois mentionné cette pratique. La question des stocks et de leur importance par rapport à la suppression de la taxe de vente est examinée plus longuement ci-après.

Un examen des méthodes d'établissement des prix de vente au détail serait incomplet s'il ne touchait pas à la concurrence. De l'avis de nombreux participants à l'enquête, c'est l'incidence de la concurrence sur le marché local qui constitue le facteur primordial. Les réponses des petits détaillants indiquent que leurs prix de vente sont établis pour une large part en fonction de ceux de leurs concurrents. Les grands magasins, qui exercent une influence considérable, servent de guides pour l'établissement des prix, tandis que les commerces de détail plus modestes ne font que suivre. Les gros détaillants réagissent parfois, dans certaines localités, à la concurrence des petits marchands, mais ils obéissent surtout aux mesures prises par les autres chaînes de magasins, y compris les grands magasins, autorisent explicitement le directeur du magasin à régler les prix pour faire face à la concurrence locale.



par exemple, se vendra \$21 au détail, dans le cas d'une majoration de 100 p. cent, à laquelle on ajoute une somme fixe de \$1. Le choix d'une formule particulière pour fixer une majoration dépend de plusieurs facteurs, notamment des objectifs de profits nets, du volume des ventes prévu, de la base des coûts aux fins de la majoration et des pratiques ayant cours dans le commerce de détail.

A noter que, dans bien des cas, on établit une majoration en fonction de la possibilité qu'il y a d'être obligé, un jour, de réduire sensiblement les prix de vente de certaines lignes de marchandises. Les démarques ou soldes d'articles lents à écouler sont de pratique courante dans l'industrie. Les vêtements de mode, pour lesquels il est difficile de prévoir la demande, sont particulièrement vulnérables à cet égard. Les rabais donnent évidemment des profits bruts bien en deça de ce que les premières majorations pouvaient laisser croire. Comme nous l'avons déjà dit, le montant proportionnel des majorations peut varier d'une ligne de vêtements ou de chaussures à l'autre, voire à l'intérieur d'une même ligne. Il reflète, en partie, de la part du détaillant, l'évaluation des risques que comporte la vente de ces marchandises. Comme on pouvait s'y attendre, ces risques ont tendance à être plus élevés pour les vêtements en vogue et moindres pour les articles ordinaires.

On règle souvent les majorations selon des niveaux de prix, caractéristique du commerce de détail. Cette méthode évite la multiplicité des prix de vente qui se produirait si le pourcentage de la majoration moyenne du détaillant devait s'appliquer au prix cobtant de chaque article qu'il vend. Il s'agit essentiellement d'arrondir les prix disparates divers et de vendre la marchandise à des prix qui sont d'ordinaire plus commodes aussi bien pour le détaillant que pour le client. Voici un exemple de la façon dont on applique ce en établissant le prix à \$2.15. Si les niveaux de prix du marchand sont de \$2 et \$2.25, le prix calculé de \$2.15 atteindrait \$2.25, niveau de prix le plus rapproché. Par ailleurs, le prix calculé de \$2.15 tomberait à \$2 si ses niveaux de prix étaient établis à \$2 et \$2.50. Les détaillants, pour expliquer cette pratique, soulignent que du point de vue du consommateur les prix de vente inférieurs de certains articles compensent en quelque sorte les prix supérieurs de certains autres.

En plus de l'établissement de majorations et de "pricing points" par le détaillant, les prix de vente au détail sont

A partir des renseignements fournis par les participants, il a été possible de faire un genre de résumé des méthodes générales adoptées par les détaillants pour établir les prix de vente au détail des vêtements et chausssures. Comme il s'agit d'un résumé général, il se peut qu'il donne une image incomplète des méthodes qu'utilise tel ou tel marchand. Nous n'avons pas relevé de différences sensibles entre les méthodes d'établissement des prix des détaillants de vêtements et des détaillants de chausssures.

Lorsqu'ils fixent leurs prix de vente, la plupart des détaillants tiennent compte d'ordinaire du volume prévu des ventes et du bénéfice brut qui en découle et qui est nécessaire pour leur permettre de rentrer dans leurs frais et d'atteindre le taux de rentabilité souhaité. Les éléments importants des coûts comprennent les frais de vente et d'administration et les autres frais généraux, en plus du prix d'achat versé aux fournisseurs. C'est grâce à la différence entre le prix coûtant et le prix de vente que le marchand atteint le bénéfice brut visé. On établit des majorations moyennes et on les applique soit de façon uniforme à tous les vêtements et chausssures, soit avec des variations entre les divers lignes de vêtements, voire entre les divers articles d'une même ligne.

On peut calculer de diverses façons les majorations, exprimées d'ordinaire en pourcentage. Parfois il s'agit simplement d'un pourcentage du prix d'achat, parfois d'un pourcentage de prix plus les frais de transport et d'entreposage - ou, durant la période antérieure au 16 juillet, d'un pourcentage de prix d'achat plus la taxe de vente fédérale et d'autres frais. L'enquête révèle qu'il était de pratique courante d'établir les majorations comme pourcentage du prix d'achat et de la taxe de vente fédérale. Le prix d'un article qui coûte \$25, par exemple, est fixé à \$50. La majoration dans ce cas est \$25, soit 100 p. cent du coût ou 50 p. cent du prix de vente au détail. Il est plus rare d'ajouter un montant fixe en dollars au pourcentage de la majoration. Un vêtement acheté à \$10,

Hormis trois exceptions, nous avons reçu les questionsnaires remplis des 113 détaillants, à qui nous les avions envoyés. Dans la majorité des cas, beaucoup d'efforts ont été consacrés à la préparation des réponses. En plus de donner une idée précise de l'incidence de la suppression de la taxe de vente sur les prix, nombre de détaillants ont rédigé des notes explicatives copieuses sur les coûts d'exploitation, marges bénéficiaires courantes, volume des ventes, ainsi que sur les tendances des coûts et des prix influant sur le commerce de détail. Nous avons également reçu une documentation abondante: rapports annuels, états financiers et listes de prix de détail, de même que des copies de factures et de notes de service internes relatives à la réaction du détaillant à la suppression de la taxe de vente. Ces renseignements ont été fournis par quelques-uns des plus modestes aussi bien que par bon nombre des plus vastes entreprises de vente au détail.

Certaines entreprises ont éprouvé de la difficulté à fournir toutes les données demandées sur des articles particuliers. On s'y attendait un peu, étant donné l'échelle modeste et la nature spécialisée de bon nombre d'établissements de détail. Certaines petites entreprises ne tenaient pas de registres leur permettant de fournir toutes les précisions demandées. Par ailleurs, pour certains vêtements de mode, il n'existait pas de données utiles sur les prix de revient et de vente pour la période avant et après le 16 juillet. Cette observation s'applique particulièrement aux vêtements de mode pour dames. Il n'était pas possible de faire des comparaisons de prix valables pour la période avant et après le 16 juillet, car les vêtements de mode achetés pour la saison d'automne de 1974 différaient sensiblement de ceux achetés l'automne précédent. Abstraction faite des renseignements sur les vêtements de mode, des mesures prises ultérieurement ont permis de comparer en partie les pénuries de données. De toute façon, ces "trous" n'étaient pas de nature à nuire sérieusement aux résultats de l'enquête dans son ensemble. La plupart des données étaient acceptables aux fins d'analyse; ceci était particulièrement vrai en ce qui concerne les magasins à rayons et les chaînes nationales de magasins dont les ventes, comme des ventes de vêtements et chaussures au Canada.

On leur a également demandé de fournir des données précises sur les prix de revient et de vente avant et après le 16 juillet pour tous les articles faisant l'objet de l'enquête dont ils avaient fait le commerce.

Les entrevues avec les représentants des entreprises participantes ont été menées pour la plupart par des directeurs d'entreprise à la retraite qui sont membres volontaires du Service administratif canadien outre-mer (de SACO). Les entrevues avaient pour but d'assurer que les données fournies par les entreprises dans les formules d'enquête avant l'entrevue étaient aussi complètes que possible et correspondaient aux factures et autres documents connexes. Les méthodes d'enquête, dont les questionnaires et les formules, ont été examinées avec des détaillants, fabricants et importateurs choisis à Toronto et à Montréal avant le début officiel de l'enquête. Des changements ont été apportés aux questionnaires suite aux commentaires et aux suggestions des entreprises. Cette enquête a été menée à bien par le Groupe d'étude des prix du Ministère, avec l'aide du groupe du SACO chargé des entrevues.



L'enquête sur les fabricants et les importateurs avait deux objectifs de base: déterminer si les augmentations des prix des fournisseurs signalées par les détaillants avaient réellement eu lieu après le 16 juillet et, dans ce cas, d'en connaître les raisons, et si les prix de vente des fabricants et importateurs avaient augmenté après la suppression de la taxe de vente.

En ce qui concerne le premier objectif, on a demandé à chaque fabricant et importateur de commenter l'augmentation de prix particulière indiquée par les détaillants et de fournir des précisions sur le prix de revient et de vente avant comme après le 16 juillet lorsque le prix avait augmenté après cette date. Il a été demandé aux fabricants de fournir des données sur chacun des principaux éléments du prix de vente du produit "nomme" à la date du dernier ajustement de prix avant le 16 juillet et des données analogues sur les éléments du prix de vente à la date la plus récente. Il s'agissait notamment du coût direct des matières, du coût direct de la main-d'oeuvre, des frais généraux de l'usine, des frais de vente et administratifs, des frais de financement et des bénéfices. On a demandé à leur tour aux importateurs de remplir une formule relative au produit "nomme" où seraient consignées les données appropriées sur le coût et le prix avant et après le 16 juillet. La formule qui a servi à cette fin était semblable à celle de l'enquête au niveau de détail.

Conformément au second objectif, on a demandé à chaque entreprise d'indiquer toute augmentation de prix de tout article faisant l'objet de l'enquête au niveau de détail, survenue après le 16 juillet. Les questions particulières posées aux fabricants et aux importateurs étaient exprimées en termes quelque peu différents. Les fabricants devaient indiquer toute augmentation de prix de vente "taxe exclue" et les importateurs, toute réduction de "prix de vente". Dans le premier cas, la teneur de la question tenait compte du fait que, pour la plupart des fabricants, le prix de vente ne comprend pas la taxe de vente, qui est normalement portée sur la facture du fabricant comme élément distinct du coût. Le prix de vente des importateurs, par contre, comprend invariablement la taxe de vente.

Dans le cas d'augmentations après le 16 juillet, il était demandé aux fabricants de fournir des renseignements détaillés sur le montant de l'augmentation pour le produit le plus vendu de chacun des articles faisant l'objet de l'enquête, qu'ils fabriquaient, la date de l'augmentation du prix et, lorsque des augmentations de coûts entraient en ligne de compte, l'importance en pourcentage de l'augmentation du coût de chacun des grands éléments. On a demandé aux importateurs de donner des précisions sur les réductions de prix et de fournir des explications quant aux raisons pour lesquelles les prix de vente n'avaient pas été réduits, lorsqu'il y avait lieu de le faire.

précises sur les prix d'achat et de vente de chaque article avant et après la suppression de la taxe. Pour ce faire, on les invitait à choisir dans chaque cas le modèle qui se vendait le plus. On demandait aux magasins de détail qui vendaient plus de 15 articles, inclus dans l'étude, de remplir une formule pour chaque article vendu et de s'assurer que les réponses aux questions détaillées des formules dans leur ensemble recouvrent largement les modèles fabriqués au Canada, importés et de marques privées. D'autre part, il était demandé aux magasins de détail qui vendent 15 articles ou moins de remplir des formules séparées pour un modèle fabriqué au Canada, un modèle importé et un modèle de marque privée.

Comme il a été dit, les données collectées par l'enquête au détail, qui comprenaient aussi le nom du fournisseur de chaque article déclaré, ont été utilisées pour établir les échantillons des fabricants et des importateurs. L'échantillon des augmentations de prix du fournisseur signalées par les détaillants a été le principal critère utilisé pour établir les échantillons. On a tenu compte en second lieu de la nécessité d'assurer une représentation équilibrée des fabricants de vêtements et de chaussures de types divers. L'échantillon des fabricants se limitait aux entreprises dont les prix, d'après les détaillants, avaient augmenté d'au moins 5 p. cent depuis la date du dernier achat avant le 16 juillet. L'échantillon des détaillants comprenait des établissements dont les prix indiqués dans les déclarations des détaillants n'accusaient qu'une baisse négligeable, du fait que les importateurs incluent la taxe dans leurs prix de vente.

Sur les 33 entreprises retenues pour l'échantillon des fabricants, 25 appartiennent à l'industrie du vêtement, six à celle de la chaussure et deux à la fabrication de tissus à la pièce. Sur les 25 fabricants de vêtements, 13 sont des fournisseurs de vêtements pour hommes et 12 des fournisseurs de vêtements pour dames. L'échantillon des chaussures comprend quatre entreprises qui fabriquent des chaussures pour hommes et des chaussures pour dames. Sur ces quatre entreprises, trois comptent parmi les plus importants fournisseurs de chaussures pour hommes pour le commerce de détail. Les deux autres entreprises spécialisées dans la chaussure pour dames, ont été retenues pour mieux équilibrer l'échantillon des chaussures.

L'application des critères de sélection n'a donné que sept importateurs. Neuf autres importateurs connus dans les répertoires de chaussures dont les noms ne figuraient pas dans les répertoires de détaillants ont été ajoutés pour porter à 16 le nombre d'importateurs échantillonnés. Ces additions étaient nécessaires pour s'assurer, en ce qui concerne l'importation, que les données obtenues sur les prix de revient et de vente recouvraient tous les articles faisant l'objet de l'enquête.



Par contraste, l'activité des 44 autres entreprises se limite à un seul point de vente au détail. L'ensemble des ventes de tous les participants à l'enquête au niveau de détail représentait quelque 36 p. cent du total des ventes de vêtements et chaussures au Canada.

La répartition géographique des détaillants participant à l'enquête est la suivante:

Halifax	12
Montréal	22
Toronto	28
Winnipeg	14
Regina	10
Edmonton	11
Vancouver	16

Le chiffre indiqué pour Montréal et Toronto reflète la concentration des sièges sociaux des grands organismes de ventes au détail dans ces deux centres. Le personnel du siège social a rempli les questionnaires de l'enquête et participé aux entrevues, mais dans plusieurs cas, les renseignements fournis sur un magasin de détail l'ont été par un autre centre enquête que Montréal ou Toronto. Cette technique devait assurer un meilleur équilibre géographique.

Trente articles de vêtements et chaussures ont été retenus aux fins de l'enquête, en fonction de leur pondération dans l'Indice des prix à la consommation et leur importance dans les dépenses des consommateurs canadiens. Les 30 articles se répartissent ainsi: 10 articles de vêtements pour hommes, 13 vêtements pour femmes et 5 de chaussures pour hommes et femmes. Les deux autres articles sont des tissus à la pièce auxquels la suppression de la taxe de vente s'applique également. Une liste complète des 30 articles de vêtements et chaussures faisant partie de l'enquête figure à l'Annexe III.

Dans le questionnaire utilisé pour l'enquête au détail, on demandait aux entreprises des renseignements généraux sur leur politique de prix de vente, sur les prix de vente fixés à la suite de la suppression de la taxe de vente (y compris la date et l'ampleur des réductions des prix), les raisons pour lesquelles les prix de vente n'ont pas été réduits (le cas échéant) et leurs observations sur l'influence des variations de coûts et de prix sur le commerce de détail. Dans des formulaires séparés, on demandait aux détaillants de fournir des données

L'enquête portait sur 162 détaillants, fabricants et importateurs. Chacun a été invité à fournir des précisions sur ses prix de vente avant et après le 16 juillet. A cette fin, on s'est servi de questionnaires et on a organisé des entrevues avec des dirigeants de chaque entreprise. L'enquête est fortement axée sur le secteur de détail, car c'est sur les prix de détail que l'on peut s'attendre à ce que la suppression de la taxe de vente ait l'effet le plus marquant. L'échantillon au niveau de détail comprend 113 établissements. Les échantillons des fabricants et des importateurs sont beaucoup moins importants: 33 fabricants et 16 importateurs. Ces deux échantillons ont été établis principalement à partir de renseignements fournis par les détaillants sur les augmentations des prix des fournitures entre la date de leur dernier achat avant le 16 juillet et celle de leur premier achat après le 16 juillet.

On a conçu l'échantillon de détail pour qu'il soit représentatif du commerce de détail de vêtements et chaussures au Canada en ce qui a trait à l'importance de l'entreprise, à la spécialisation commerciale et à l'étendue géographique. Les petits et moyens détaillants, ainsi que les grands magasins et les magasins nationaux à succursales multiples étaient représentés. L'échantillon vise à un certain équilibre entre détaillants de vêtements pour hommes, de détaillants de chaussures afin de donner une idée de la spécialisation au sein du commerce de détail. Pour couvrir l'ensemble du pays, on a inclus un nombre représentatif d'entreprises de détail situées dans les principaux centres urbains, à savoir Halifax, Montréal, Toronto, Winnipeg, Regina, Edmonton et Vancouver.

L'échantillon de détail comprend les principaux grands magasins du Canada ainsi que la plupart des chaînes de magasins de vêtements et chaussures à succursales multiples. Bon nombre de ces entreprises ont des points de vente au détail dans tout le Canada. Sur les 113 entreprises de l'échantillon, 38 (le tiers) étaient soit des grands magasins soit des magasins nationaux ou régionaux à succursales multiples. En 1973, les ventes de ces grands détaillants constituaient 34 p. cent de l'ensemble des ventes de vêtements et chaussures au Canada. Sur les 75 autres, 31 entreprises (représentant en nombre presque égal les détaillants de vêtements d'hommes, de vêtements de femmes et de chaussures) sont considérées comme des magasins locaux à succursales dans la mesure où elles ont au moins deux points de vente au détail dans le centre où elles sont situées.

Une hausse très marquée semble avoir également touché les coûts unitaires de main-d'oeuvre au niveau du détaillant. Par exemple, dans les magasins de vêtements et de chaussures, le taux d'augmentation annuel des coûts unitaires de main-d'oeuvre est évalué à 10.2 p. cent pour le troisième trimestre de 1974.

produits de la filature. Néanmoins, les prix des tissus de laine ont continué d'augmenter pendant cette période, bien qu'à un rythme plus lent. Les prix des vêtements se sont ressentis de ces hausses des prix des matières, tant au niveau du fabricant que du détaillant. Par exemple, le taux d'augmentation pour les vêtements d'hommes au niveau du fabricant a monté régulièrement et est passé de 4.6 p. cent au début de 1973 à 19.2 p. cent au troisième trimestre de 1974. Au niveau du détaillant, le taux est passé de 2.8 p. cent à 10.2 p. cent.

En 1974, une baisse sensible des prix s'est fait sentir pour les matières premières utilisées par les tanneries pour la fabrication des produits de cuir. En dépit de cette baisse, le prix du cuir a toutefois continué à augmenter. Le taux de cette hausse s'est chiffré à 4.6 p. cent pour le troisième trimestre de 1974. Malgré la baisse des prix des matières premières et la faible augmentation des produits de cuir, les prix des chaussures au niveau du fabricant ont subi une hausse très marquée (13.3 p. cent uniquement pendant le troisième trimestre), ce qui a eu pour effet d'augmenter régulièrement les prix de détail (7.9 p. cent pendant le troisième trimestre).

#### Coûts de main-d'oeuvre

Outre le coût accru des matières, les industries du vêtement et de la chaussure ont également connu une augmentation du coût de la main-d'oeuvre depuis un peu plus d'un an. Cela est dû aux augmentations de salaire prévues par les conventions collectives et à la hausse du salaire minimum reconnue par les provinces. Les principales conventions signées cette année, pour deux ans, par l'industrie du vêtement et de la chaussure pour hommes, ont augmenté de 17 p. cent le taux de salaire de base pour la première année et de 15 à 16 p. cent pour la seconde. De plus, l'augmentation moyenne du salaire minimum en 1974 se monte à 18.1 p. cent au Québec, 15.1 p. cent en Ontario et 13.4 p. cent au Manitoba.

L'Annexe II indique des coûts unitaires estimatifs pour la main-d'oeuvre dans le secteur qui nous intéresse. Ces évaluations signalent une augmentation régulière des coûts unitaires de main-d'oeuvre à dater du premier trimestre de 1973. Dans la fabrication des vêtements, le taux d'augmentation annuel semble être passé de 5.7 p. cent pour le premier trimestre de 1973 à 12.6 p. cent pour le troisième trimestre de 1974. Bien que les coûts unitaires de main-d'oeuvre dans la fabrication des chaussures, produits de caoutchouc mis à part, n'aient pas accusé une hausse aussi régulière, ils ont toutefois subi une forte augmentation pendant la même période: environ 8.5 p. cent entre le troisième trimestre de 1973 et la même époque en 1974.

Au niveau de détail, les magasins de spécialités pour hommes et pour dames comptent pour environ un tiers du total des ventes en 1973. Ce sont les grands magasins ou à prix populaires qui ont la plus grosse part du marché, soit les deux tiers restants. Les grands magasins, dont les ventes de vêtements et de chaussures atteignaient 36 p. cent du total des ventes en 1973, ont joué un rôle prédominant sur le marché.

#### Prix de revient

Depuis quelques années, la hausse des coûts est l'un des principaux facteurs influant sur l'offre d'articles vestimentaires. Les prix des matières ont sensiblement augmenté depuis la seconde moitié de 1972 et les frais de main-d'œuvre, depuis le milieu de 1973. La répercussion de ces augmentations sur les prix varie suivant les fabricants et les détaillants, selon la structure du prix de revient de chacun. Ces différences de structure sont exposées dans l'Annexe I. D'après les données du recensement de 1972, au niveau du fabricant, les prix des matières représentent 50 à 60 p. cent de la valeur marchande et les frais de main-d'œuvre, 20 à 25 p. cent. Au niveau de détaillant, le coût des marchandises s'élève à quelque 60 p. cent, de la valeur des ventes au détail. La main-d'œuvre varie entre 10 et 20 p. cent. Le résumé suivant indique les frais auxquels a dû faire face l'industrie, l'année dernière.

#### Prix des matières

Les matières utilisées dans l'industrie du vêtement sont en majeure partie synthétiques. Or, en raison de l'augmentation des prix des dérivés du pétrole, ceux des fibres synthétiques ont connu depuis le début de 1973 une hausse vertigineuse. Le taux d'augmentation annuel est passé de 1.5 p. cent, pour le premier trimestre de 1973, à 17.2 p. cent pour le troisième trimestre de 1974. Le coton, autre matière très importante, a aussi augmenté. Malgré le fléchissement des prix au troisième trimestre de 1974, les produits fabriqués en coton ont vu leurs prix augmenter de 32.1 p. cent par rapport à l'année précédente. La seule matière importante dont les prix aient baissé est la laine crue, ce qui s'est répercuté sur les

1 Les dernières augmentations des prix des textiles synthétiques et d'autres matières figurent dans l'Annexe II.



## Structure de l'industrie

Les dépenses du consommateur et les niveaux d'emploi fournissent des indices commodés pour l'évaluation de l'importance du commerce des vêtements et chausssures au Canada. D'après les données de Statistique Canada, les consommateurs canadiens ont dépensé en 1973 quelque \$5.7 milliards en vêtements et chausssures. Cette somme représente 8.2 p. cent des dépenses totales de consommation. En mai 1974, la fabrication des textiles, vêtements et chausssures et la vente au détail de ces articles occupaient quelque 410,000 Canadiens. Ce chiffre représentait environ 4.5 p. cent de l'ensemble des emplois au Canada. Sur le total des ventes au détail, 80.1 p. cent représentaient la production des fabricants du pays, tandis que les autres 19.9 p. cent provenaient de l'importation. Les ventes de vêtements à elles seules totalisaient \$4.8 milliards et celles des chausssures, \$900 millions. Les importations représentaient 18.3 p. cent des ventes de vêtements et 28.7 p. cent de celles de chausssures.

La fabrication des vêtements et des chausssures suppose un grand nombre d'entreprises. Leur taille moyenne est plutôt modeste, la grande majorité ayant moins de 50 employés. Dans le domaine de la chausssure, contrairement à celui du vêtement, un certain nombre de grandes sociétés ont d'importantes activités d'importation ainsi que de vente en gros et au détail. Le rôle du grosiste indépendant n'est pas très considérable, que ce soit dans le vêtement ou dans la chausssure. La spécialisation du produit caractérise la fabrication. Cela est particulièrement vrai de la fabrication des vêtements, certaines firmes se spécialisant dans les vêtements pour hommes et d'autres, dans les vêtements pour dames. Au sein de chaque groupe, une entreprise peut se limiter à la fabrication d'articles d'habillement particuliers. Il en est de même pour la fabrication des chausssures, certaines compagnies se spécialisant, par exemple, dans la production de chausssures de sport.

D'après les données du dernier recensement, il y avait quelque 2,500 établissements de fabrication des vêtements, 200 établissements fabriquant des chausssures et 23,000 établissements de vente des vêtements et chausssures au détail. Les ventes totales des fabricants de vêtements et chausssures s'élevaient en 1973 à 2.3 milliards, dont 86 p. cent représentaient les ventes des fabricants de vêtements et 14 p. cent, les ventes des fabricants de chausssures.



Les résultats de l'étude sont présentés dans l'ordre indiqué ci-dessus: Structure de l'industrie et comportement des prix. Enquête, et Analyse de l'indice des prix à la consommation. Ils sont suivis des conclusions de l'étude.

L'analyse de l'indice des prix à la consommation a été entreprise dans le but d'obtenir un aperçu plus large de la détermination des prix à la suite de la détaxe que celui fourni par l'enquête proprement dite. Cette analyse s'est centrée sur les mouvements de prix se rapportant aux éléments constitutifs de l'indice directement touchés par la détaxe. Cette partie de l'étude comportait un autre aspect; l'établissement de rapports entre les mouvements de prix de l'indice des prix à la consommation et les modifications de prix révélées par l'enquête.

L'enquête constitue une partie indispensable de l'étude; elle était d'ailleurs implicite dans le mandat du Ministère. Elle avait pour principal objectif de déterminer l'effet sur les prix de vente des entreprises commerciales particulières à différents niveaux du circuit de production et de distribution, et d'évaluer la mesure dans laquelle les économies résultant de la suppression de la taxe de vente étaient transmises aux consommateurs. Outre cet objectif fondamental, il était important d'obtenir des renseignements qui expliqueraient l'évolution des prix de vente. A cette fin, il était donc nécessaire d'obtenir des données sur les stocks "taxe payée", les augmentations des prix du fournisseurs et d'autres éléments de coûts ayant une incidence sur les prix de vente des fournisseurs. Il a été reconnu que l'enquête devait s'effectuer sous forme d'échantillonnage, étant donné le grand nombre d'entreprises qui sont dans la production et la distribution de vêtements et chaussures au Canada.

La partie de l'étude consacrée à la structure de l'industrie et au comportement des prix devait permettre de déceler toute pression sur le prix de revient pouvant influer sur la façon dont l'industrie a réagi à la suppression de la taxe de vente. Il a donc fallu effectuer un examen des prix de vente de l'industrie et des coûts de la main-d'œuvre, en reconnaissant que le comportement de l'ensemble des prix serait influencé par les prix que les fabricants devaient payer pour les matières et la main-d'œuvre.

Pour ce qui est des fabricants de vêtements, la taxe de 12 p. cent était prélevée sur les prix de vente du fabricant au grossiste. Pour les ventes directes de vêtements ordinaires aux détaillants, le prix de vente ordinaire servant de base au calcul de la taxe pouvait être diminué de 10 p. cent. Le taux réel de la taxe sur le prix de vente ordinaire du fabricant était alors de 10.8 p. cent.

Le mandat du ministère de la Consommation et des Corporations

Dans le discours du budget, le ministre des Finances a déclaré que le gouvernement prévoyait que la suppression de la taxe de vente sur les vêtements et chaussures profiterait aux consommateurs grâce aux réductions sur les prix de ces articles. Tout en se disant convaincu que cet objectif serait soutenu par les hommes d'affaires concernés, il déclara qu'il demanderait au ministre de la Consommation et des Corporations de contrôler les prix des vêtements et chaussures et de lui communiquer les résultats de ce contrôle. Le ministre de la Consommation et des Corporations a entrepris cette tâche, en vue des bénéfices éventuels que les consommateurs pourraient tirer de cette importante suppression de taxe.

Une brève description de la nature de l'étude entreprise par le Ministère pour répondre à cette demande figure ci-dessous.

Le fait de savoir qu'un certain temps devait être consacré à l'étude de la suppression de la taxe ne faisait pas nécessairement sentir ses effets à l'heure du choix du moment opportun pour entreprendre l'étude. Il y avait, par exemple au moment de la suppression de la taxe, des stocks de vêtements et chaussures sur lesquels la taxe avait été acquittée. L'expérience, acquise par le Ministère dans l'évaluation des effets des réductions tarifaires et des modifications des taxes de vente en 1973, indiquait clairement qu'en général les prix de vente ne réagissent pas immédiatement aux changements de cette nature. Il a donc été décidé d'attendre la liquidation des stocks "taxe payée" au 16 juillet et leur remplacement par des stocks non imposés avant d'entreprendre les travaux d'enquête proprement dits. C'est pour cela que les travaux d'enquête n'ont commencé qu'à la fin de l'automne de 1974.

### Nature de l'étude

L'étude comporte l'examen et l'analyse de la structure de l'industrie et du comportement des prix, une enquête aux niveaux de la vente au détail, de la fabrication et de l'importation et une analyse de l'indice des prix à la consommation.

Dans le discours du budget du 6 mai 1974, le ministre des Finances, l'honorable John N. Turner, a fait part de l'intention du gouvernement de supprimer la taxe de vente fédérale de 12% sur les vêtements et chaussures. Cependant, des élections générales ont été tenues avant l'application de cette mesure. Après sa réélection, le gouvernement a réitéré son intention de donner suite à cette proposition.

Le ministre des Finances a annoncé par la suite la suppression de la taxe de vente fédérale sur les vêtements et chaussures pour le 16 juillet 1974.

La suppression de la taxe s'applique à tous les vêtements et chaussures pour adultes, importés ou fabriqués au Canada, ainsi qu'aux tissus employés dans la confection canadienne. La taxe de vente sur les vêtements et chaussures pour enfants n'existant plus depuis février 1973, la décision prise le 16 juillet a eu pour effet de supprimer la taxe de vente fédérale de 12 p. cent sur tous les vêtements et chaussures vendus au Canada.

Le discours du budget soulignait que la suppression de la taxe sur les vêtements et chaussures s'inscrivait dans le sillage d'autres mesures appliquées par le gouvernement dans le cadre de la lutte contre l'inflation "pour faire baisser les prix de certains produits lorsque cela est possible". Le ministre des Finances a expliqué que la suppression de la taxe était importante du fait que les achats de vêtements et chaussures représentaient une partie importante du budget de la plupart des familles canadiennes. Il a ajouté que la suppression de la taxe toucherait quelque 5 milliards de dollars de dépenses annuelles des familles et qu'elle permettrait aux consommateurs d'économiser environ 280 millions de dollars durant l'année en cours.

#### Application de la taxe de vente fédérale

La taxe de vente fédérale était prélevée au niveau du fabricant ou de l'importateur. Les importateurs payaient la taxe sur la valeur à l'acquisition des vêtements et chaussures importés au Canada. Les fabricants payaient la taxe sur le prix de vente, moins les remises au comptant et autres allocations de ce genre. Le fabricant ou l'importateur payait la taxe au Receveur général à la fin du mois suivant celui au cours duquel les vêtements ou chaussures avaient été vendus ou encore par l'importateur, au moment de payer la taxe d'importation. Le fabricant ou l'importateur transmettait généralement la taxe au grossiste ou au détaillant à qui la marchandise était vendue. A son tour, le détaillant faisait payer la taxe aux consommateurs en l'incluant dans le prix de détail des vêtements et chaussures.

La grande conclusion qui se dégage de l'étude du Ministère, décrite dans ce rapport, est que les consommateurs canadiens ont bénéficié de manière appréciable de la suppression de la taxe de vente fédérale sur les vêtements et chaussures, qui a été effectuée le 16 juillet 1974.

L'étude comporte un examen des récentes augmentations de coûts influant sur les prix des vêtements et chaussures, une enquête auprès d'un certain nombre de détaillants, de fabricants et d'importateurs, ainsi qu'une analyse de l'indice des prix à la consommation.

L'enquête au niveau du détail, qui porte sur les premières réactions des détaillants à la suppression de la taxe sur les vêtements et chaussures, révèle que les prix de détail de ces articles ont diminué en moyenne de 5.2 p. cent. Les effets de la taxe furent en partie contrebalancés par une augmentation des prix de gros de ces articles et par le lent écoulement de marchandises dont la taxe avait déjà été payée.

L'analyse de l'indice des prix à la consommation, qui porte à la fois sur des articles taxés et sur des articles détaxés, révèle qu'il y a eu une grande amélioration dans le mouvement des prix des vêtements et chaussures taxés, au quatrième trimestre de 1974. Cette amélioration est attestée par le fait que durant le quatrième trimestre de 1974, le taux d'augmentation des prix de ces articles n'a été que la moitié de celui enregistré en 1973 durant la même période.

De façon générale, les consommateurs ont bénéficié de la détaxe en payant des prix plus bas que si elle n'avait pas eu lieu. Il y eut des réductions de prix sur un certain nombre d'articles de vêtements et chaussures et plusieurs augmentations de prix qui se seraient avérées inévitables furent ainsi évitées.



<u>Numéro</u>	<u>Titre</u>	<u>Page</u>
I	Pourcentage moyen de changement des coûts, profits et prix au détail par grandes catégories	22
2	Distribution par mois des réductions de prix	23
3	Facteurs contribuant au changement du prix de détail	30
4	Comparaison entre l'IPC pour les articles touchés par la taxe et divers indices	34
5	Indices des prix à la consommation des vêtements touchés par la taxe	36
<u>ANNEXES</u>		
I	Structure des coûts pour quelques produits vestimentaires: fabricants et détaillants	42
II	Changements récents de quelques prix industriels et estimation des coûts unitaires de main-d'oeuvre	48
III	Articles vestimentaires faisant l'objet de l'enquête	54



Page	
33	L'Indice des prix à la consommation .....
33	Changements de prix des vêtements et chaussures touchés par la taxe .....
37	L'Enquête au niveau de détaillant et l'IPC ..
39	Résumé et conclusions .....
41	Remerciements .....

1	Résumé des principales conclusions .....
2	Introduction .....
2	Application de la taxe de vente fédérale ....
3	Mandat du ministère de la Consommation et des Corporations .....
3	Nature de l'étude .....
5	Structure de l'industrie et comportement des prix ..
5	Structure de l'industrie .....
6	Comportement des prix.....
6	Prix des matières .....
7	Coûts de main-d'oeuvre .....
9	L'Enquête .....
14	Enquête au niveau du détail .....
14	Résultat de l'enquête .....
15	Méthodes d'établissement des prix .....
18	Facteurs influant sur la réaction à la suppression de la taxe de vente .....
20	Résultats quantitatifs .....
24	Enquête au niveau des fabricants et des importateurs .....
24	Résultat de l'enquête .....
24	Méthodes d'établissement des prix .....
26	Majorations de prix par les fournisseurs .....
27	Politique des prix après le 16 juillet .....
29	Evaluation des résultats de l'enquête .....



GRUPE D'ÉTUDE DES PRIX

---

**Détaxe  
sur les vêtements  
et les souliers**

---

**Effets sur les prix**

---







GRUPE D'ÉTUDE DES PRIX

---

# Effets sur les prix Détaxe sur les vêtements et les souliers

---